

公司代码：600166

公司简称：福田汽车

北汽福田汽车股份有限公司
2022 年年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
- 2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 3 公司全体董事出席董事会会议。
- 4 致同会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
- 5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

2023年4月27日，公司九届一次董事会审议通过了：

- 1、《2022年度利润分配预案》，决议如下：2022年度公司不进行利润分配。
- 2、《2022年度公积金转增股本预案》，决议如下：2022年度公司不进行公积金转增股本。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	福田汽车	600166	福田股份

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	龚敏	陈维娟
办公地址	北京市昌平区沙河镇沙阳路老牛湾村北	北京市昌平区沙河镇沙阳路老牛湾村北
电话	010-80716459	010-80716459
电子信箱	gongmin@foton.com.cn	chenweijuan@foton.com.cn

2 报告期公司主要业务简介

（一）福田汽车是一家国有控股上市公司，已形成集整车制造、核心零部件、汽车金融、后市场为一体的汽车生态体系，涵盖整车、零部件、金融、汽车后市场四大业务版块。整车业务覆盖卡车、大中客车、轻型客车、皮卡、新能源汽车等业务单元以及欧曼、欧航、欧马可、奥铃、时代、图雅诺、风景、拓陆者、欧辉、智蓝新能源等 18 个产品品牌；零部件业务链合戴姆勒、康

明斯、采埃孚等全球合作伙伴，打造整合世界级资源的“福田超级动力链”；后市场业务着力服务生态建设，覆盖用户从购车到用车的全生命周期，积极拓展金融、二手车业务，将智能科技融入服务体系，逐步形成了以用户为中心的商用车生态系统，打通汽车全生命周期，为用户提供 360 度解决方案。

公司定位于聚焦城市及干线物流产品和服务综合方案提供商，以高质量发展为主线，聚焦价值，精益运营，未来，公司将继续围绕“抓住双碳战略机遇，深化价值创造体系”，持续推进“二次创业”，实现竞争性增长。

(二) 根据《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017)和中国证监会《上市公司行业分类指引》(证监会公告【2012】31号)，公司所处行业为“汽车制造业”。

2022 年我国汽车行业全年汽车产销分别完成 2,702.1 万辆和 2,686.4 万辆，同比分别增长 3.4%和 2.1%。其中，乘用车产销分别完成 2,383.6 万辆和 2,356.3 万辆，同比分别增长 11.2%和 9.5%；商用车产销分别完成 318.5 万辆和 330 万辆，累计同比分别下滑 31.9%和 31.2%。

2022 年，我国新能源汽车产销分别完成 705.8 万辆和 688.7 万辆，同比分别增长 96.9%和 93.4%，新能源市场发展已经从政策驱动转向市场拉动新发展阶段，呈现出市场规模、发展质量双提升的良好发展局面。

2022 年，中国汽车企业出口 311.1 万辆，同比增长 54.4%，其中，商用车出口 58.2 万辆，同比增长 44.9%，继续保持较高水平，屡创月度历史新高，有效拉动行业整体增长。

据中国汽车工业协会统计分析，2022 年汽车产销同比呈现增长，延续了 2021 年的增长态势。其中乘用车在稳增长、促消费等政策拉动下，实现较快增长，为全年小幅增长贡献重要力量；商用车处于叠加因素的运行低位。新能源汽车持续爆发式增长，市场占有率提升至 25.6%，逐步进入全面市场化拓展期，迎来新的发展和增长阶段；汽车出口继续保持较高水平；中国品牌表现亮眼，紧抓新能源、智能网联转型机遇全面向上，产品竞争力不断提升。

2022 年商用车市场受经济增速放缓、房地产低迷、大宗商品价格上涨、消费降级、物流运价持续低位等多重因素影响，市场表现不及预期，全年实现销量 330 万辆，同比下滑 31.2%；从全年走势来看，自 5 月份中央和各地“稳增长”政策陆续出台后，商用车销量有所回升，但与历年同期相比仍处于低位。

产品类别名称	报告期内销量(辆)	较去年同期增减比例(%)
汽车总计	26,863,745	2.09
一、商用车总计	3,300,458	-31.18
(1) 客车	407,840	-19.21

其中：大型客车	51,490	7.03
中型客车	36,768	-19.47
轻型客车	319,582	-22.26
(2) 货车	2,892,618	-32.59
其中：重型货车	671,942	-51.84
中型货车	95,699	-46.46
轻型货车	1,618,091	-23.4
微型货车	506,886	-16.15
二、乘用车总计	23,563,287	9.50
(1) 基本型乘用车（轿车）	11,115,979	11.48
(2) 运动型多用途乘用车（SUV）	11,187,184	10.76
(3) 多功能车乘用车（MPV）	937,072	-11.2
(4) 交叉型乘用车	323,052	-17.44

（以上数据来源：中国汽车工业协会 2023 年第 1 期《中国汽车工业产销快讯》）

（三）报告期取得的成绩

1、总体经营指标稳中有进，盈利能力实现提升

报告期内，公司经受住考验，全年销量 46 万辆，保持商用车销量第一，市场占有率稳中有升，总体经营指标稳中有进。特别是公司在逆境中实现了盈利，标志着公司经营体系质量日趋向好，已进入高质量战略发展阶段。

2、落实“双碳”行动，新能源业务取得快速发展

报告期内，公司新能源业务取得了快速发展，实现销量 2.18 万辆，同比增长 154.81%。新能源业务管理架构已基本调整到位，搭建了总部和事业部两级管理体系，同时注册成立北京卡文新能源汽车有限公司，以“基盘”+“创新盘”的双轮驱动推动新能源业务发展。

3、积极拓展海外市场，全球化战略加速推进

报告期内，公司海外市场销量达到 8.77 万辆，同比增长 56.4%，创历史新高，在商用车行业排名第一，国际合作深入推进，业务结构进一步优化，在美洲、东南亚、西亚等国家优势突出，盈利能力大幅提升。

4、横向一体化战略下，核心零部件已成为公司竞争优势

报告期内，链合美国康明斯、德国采埃孚等全球知名汽车零部件战略合作伙伴，共同打造经济高效、品质可靠、性能卓越的超级动力链，建立福田汽车独有的整车&动力系统集成匹配优势，为用户提供最佳的定制化动力系统匹配方案。

5、产品调整初见成效，产品竞争力不断提升

报告期内，公司制定了技术战略 2.0，规划了在新能源、智能网联、动力传动、轻量化四个重

点方向上的技术发展战略和合资合作的战略布局，制定了未来 3-5 年的技术发展路线图，并针对需要自主掌握核心技术能力，明确了落地实施项目。同时为了保持公司在商用车领域产品和技术的领先，在市场存量竞争的宏观环境下，打造可持续的差异化产品竞争力：重卡经济型产品（GTL-E）、15L 大马力产品，行星轻量化产品、两桥中卡产品基本到位；中卡中期改款、轻卡中期改款、奥铃 M 卡、欧马可 X 卡、轻盈版、海外小卡，领航轻量化轻卡、M5 经济型产品基本到位；新能源油改电产品基本到位。

6、营销变革富有成效

报告期内，公司营销变革有序推进。以客户为中心，建立端到端流程贯穿客户生命周期的敏捷型营销组织，强化综合解决方案能力建设。通过数字化变革，提升精准分发能力，强化客户运营能力与客户体验，推进有效线索生成，兼顾品牌形象提升。全面升级数字化营销工具，将福田 e 家平台打造成为客户经营的第一主阵地，提升客户粘性、实现全生命周期客户经营。从客户问题解决与根治、线上、线下服务订单融合、服务支持能力升级三方面发力，突破短板、夯实服务优势。客户经营环节，采用“线上+线下”深度融合的模式，大力推进从整车向后市场的业务拓展，给广大合作伙伴创造更多的价值。

7、供应链体系运营平稳，保证整车订单交付

报告期内，公司供应链体系运营平稳，基本建立起成本和效率导向的供应链体系，搭建了采购链长制，进一步理清材料定额和人工定额、仓储和物流费用定额及结算体制。2022 年在原材料价格高位运行、芯片供应短缺等多重因素影响下，公司供应链系统攻坚克难，供应商体系规模进一步压缩，商务降本成效显著，零部件交付保障率达到 98%，整车订单交付周期进一步缩短。

8、产品质量明显提高

报告期内，公司始终贯彻执行“消除不良，减少浪费，提高客户满意”质量战略方针，以客户为中心，基于“大质量”思维，深化现场质量文化、质量一把手工程，继续强化全员质量意识教育，打通端到端流程，严抓产品一致性和全价值链质量，确保产品质量和客户满意持续提升，尤其海外、新能源质量提升明显；质量管理体系持续完善，新建长沙超级卡车工厂顺利通过 ISO9001:2015 及 IATF16949:2016 质量管理体系认证和 3C 强制性认证，产品质量竞争力进一步提升。

9、持续推进精益管理、降本增效

报告期内，公司优化“1+N”管理架构，进一步理清了事业部和职能部门的关系，明确了集中决策、分散运营、横向协同、纵向管控的管理思想，总部职能部门和事业部，品牌事业部之间协

同关系逐步建立，管理文化进一步优化。公司持续推进精益管理、降本增效，追加采购降本，进一步压缩人工、机构运营等可控费用；优化财务结构，改善现金流，降低财务风险。

10、后市场业务模块搭建完成

报告期内，公司进一步理清后市场业务架构，形成车联网、卡友福、卡友配、运营金融和保险、二手车、会员与数据六大业务模块，纵深推进各业务产品开发。明确二手车业务战略，加快二手车业务落地运营，成立会享福二手车公司。

11、继续推进员工持股计划，持续探索创新中长期激励机制。

报告期内，公司持续推进第一个中长期员工持股计划（第四期、第五期），人员不超过 500 人，激励效果明显。2023 年，公司将开展第二个中长期持股计划，扩大激励范围，每期人员不超过 3000 人。后续，公司将持续完善中长期激励机制，探讨研究包括限制性股票、股票期权等在内的多样化股权激励手段，为公司健康可持续发展提供助力。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	48,514,665,060.77	48,830,538,262.46	-0.65	52,747,238,312.81
归属于上市公司股东的净资产	13,587,029,974.85	10,472,933,489.38	29.73	15,465,074,619.69
营业收入	46,446,743,956.22	54,973,869,226.61	-15.51	57,765,402,949.37
扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入	44,433,923,101.75	51,811,367,133.32	-14.24	54,387,628,940.96
归属于上市公司股东的净利润	65,109,134.91	-5,060,921,170.81	不适用	154,638,211.36
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-308,287,059.85	-5,708,180,656.96	不适用	-996,215,515.77
经营活动产生的现金流量净额	869,939,505.77	764,362,708.99	13.81	8,680,981,564.75
加权平均净资产收益率(0.62	-39.09	增加39.71个百分点	1.01

基本每股收益 (元/股)	0.009	-0.779	不适用	0.024
稀释每股收益 (元/股)	—	—	—	—

归属于上市公司股东的净利润变动原因说明：

(1) 公司上期亏损主要受北京宝沃相关资产减值增加以及公司因持有北京宝沃的股权确认投资收益等事项影响。本期北京宝沃相关事项（主要是宝沃抵债资产折旧）影响利润总额为-2.29亿元，影响本期利润同比增加50.62亿元。

(2) 剔除宝沃相关影响后，公司利润总额约3.65亿元，同比增加0.23亿元，其中主营业务影响因素：2022年商用车行业销量下滑31.2%，受此影响，公司整车销量46万辆，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；报告期内聚焦核心市场和优势产品，着力开发和孵化市场，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。

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	12,387,399,320.43	10,788,106,755.53	12,317,476,245.30	10,953,761,634.96
归属于上市公司股东的净利润	135,386,326.92	82,598,692.83	22,850,746.82	175,726,631.66
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	79,648,136.08	6,623,504.03	80,193,458.67	301,118,233.23
经营活动产生的现金流量净额	891,695,801.20	1,186,253,926.52	574,789,116.79	589,708,514.30

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数 (户)	177,511
-------------------	---------

年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					135,084		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）							
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 （%）	持有有限 售条件的 股份数量	质押、标记或 冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
北京汽车集团有限 公司	1,428,571 ,428	3,233,860 ,362	40.40	1,428,57 1,428	无	0	国有法 人
北京国有资本运营 管理有限公司	0	296,626,4 00	3.71	0	无	0	国有法 人
常柴股份有限公司	2,926,000	144,150,0 00	1.80	0	无	0	国有法 人
全国社保基金一一 八组合	97,650,90 0	97,650,90 0	1.22	0	无	0	其他
许加元	- 58,548,31 6	80,120,30 0	1.00	0	无	0	境内自 然人
潍柴动力股份有限 公司	0	80,000,00 0	1.00	0	无	0	国有法 人
诸城市义和车桥有 限公司	0	60,120,00 0	0.75	0	无	0	境内非 国有法 人
工银安盛人寿保险 有限公司—传统 2	0	49,999,96 5	0.62	0	无	0	其他
山东莱动内燃机有 限公司	588,900	48,535,90 0	0.61	0	无	0	国有法 人
上海浦东发展银行 股份有限公司—中 欧价值成长混合型 证券投资基金	18,674,47 4	42,388,06 4	0.53	0	无	0	其他
上述股东关联关系或一致行动的说明	1、前十名无限售条件股东中，第一名股东为公司控股股东，共派出二人担任本公司董事，并派出一人担任本公司监事。第二名股东持有第一名股东 100%股份。2、前十名无限售条件股东中，第二、六名股东各派出一人担任董事，第三、七、九名股东各派出一人担任监事。3、未知其他股东之间是否有关联关系或一致行动关系。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	无						

注：公司回购专户未在“前十名股东持股情况”中列示，截至本报告期末公司回购专用账户股份数为 28,292,176 股，占公司总股本的比例为 0.35%。

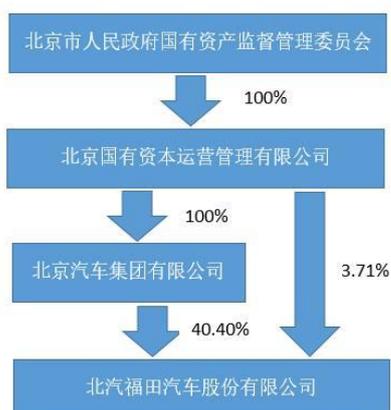
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

5.1 公司所有在年度报告批准报出日存续的债券情况

单位:元 币种:人民币

债券名称	简称	代码	到期日	债券余额	利率(%)
北汽福田汽车股份有限公司 2019 年度第一期中期票据	19 福田汽车 MTN001	101901181	2022-08-29	0.00	4.15

报告期内债券的付息兑付情况

债券名称	付息兑付情况的说明
北汽福田汽车股份有限公司 2019 年度第一期中期票据	2019 年度第一期中期票据已于 2022 年 8 月 29 日到期，公司已于兑付日完成了该中期票据的兑付工作，兑付本息合计 10.415 亿元，由银行间市场清算所股份有限公司在兑付日划付至债券持有人指定的银行账户。详见临 2022-086 号公告《关于 2019 年度第一期中期票据到期完成兑付的公告》。

报告期内信用评级机构对公司或债券作出的信用评级结果调整情况

债券名称	信用评级机构名称	信用评级级别	评级展望变动	信用评级结果变化的原因
北汽福田汽车股份有限公司 2019 年度第一期中期票据	中诚信国际信用评级有限责任公司	AA+	无	无

5.2 公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

√适用 □不适用

单位：元 币种：人民币

主要指标	2022 年	2021 年	本期比上年同期增减 (%)
资产负债率 (%)	71.68	78.54	-6.86
扣除非经常性损益后净利润	-308,287,059.85	5,708,180,656.96	不适用
EBITDA 全部债务比	0.06	-0.07	不适用
利息保障倍数	1.46	-18.96	不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

(1) 截至 2022 年 12 月 31 日，资产总额 4,851,466.51 万元，同比下降 0.65%；实现归属于上市公司股东的净资产 1,358,703.00 万元，同比上升 29.73%。2022 年度，实现营业收入 4,644,692.34 万元，同比下降 15.51%；实现利润总额 13,613.91 万元，同比增长 508,535.51 万元；实现归属于上市公司股东的净利润 6,510.91 万元，同比增长 512,603.03 万元。

(2) 汽车产品经营情况

2022年，受经济下行、流通不畅、油价持续高位等因素叠加影响，商用车市场迎来深度回调，销量规模降至330万辆，同比下降31.2%。福田汽车以“敢闯、敢试、敢赢”的“二次创业”精神，紧抓市场机遇，攻坚克难，稳居商用车行业第一，实现销量46万辆（含合资公司福田戴姆勒产品），其中：

重型卡车：2022年累计销售67,582辆，同比下降35.87%，占有率10.1%，同比增长2.5%。2022年坚持中高端市场引领，细分市场占有率全面提升；AMT产品持续领跑行业，稳居第一；牵引车持续增长，特别540以上大马力表现亮眼，占有率同比提升3.1%；银河上市突破，保持高效物流市场的竞争优势；新EST、GTL至尊版、昆仑等产品陆续投放，产品竞争力大幅提升。销量下滑原因：受市场“国五”库存消化，叠加22年宏观经济增速放缓、房地产市场低迷、消费不振、油价持续高位等因素影响，重卡行业整体销量下滑超5成。下一步将重点稳住牵引车市场基盘，在大马力市场、手动挡市场、载货车市场主动发起进攻；新能源方面进一步优化现有业务模式、提升竞争力。

2022年汽车行业重型卡车的销量情况详见下表：

企业名称	排名	销量	
		2022年（辆）	同比（%）
重型货车		671,942	-51.84
中国重型汽车集团有限公司	1	158,829	-44.54
东风汽车集团有限公司	2	126,768	-52.06
中国第一汽车集团有限公司	3	125,571	-63.76
陕西汽车控股集团有限公司	4	107,943	-44.11
北汽福田汽车股份有限公司	5	67,582	-35.87

（以上数据来源：中国汽车工业协会2023年第1期《中国汽车工业产销快讯》）

中型卡车：2022年累计销售34,125辆，同比下降55.02%，占有率35.7%，同比下滑6.1%。2022年中卡中期改款产品投放上市，产品竞争力持续提升；欧曼拓展中卡业务，利用其重卡势能，提升中卡中长途市场竞争力；充分利用多品牌间的业务协同优势，满足客户的多元化需求。销量下滑原因：2022年受跨区域城际物流不畅，叠加经济增速放缓、消费市场疲软、燃料成本高企等因素影响，中卡市场销量大幅下滑。下一步将重点做好新产品上市投放和上市推广，提升中卡产品竞争力，同时发挥多品牌的业务协同优势，持续提升分销及服务能力，重点深耕冷链及快递快运市场，重塑市场地位。

2022年汽车行业中型卡车的销量情况详见下表：

企业名称	排名	销量	
		2022年（辆）	同比（%）
中型货车		95,699	-46.46

北汽福田汽车股份有限公司	1	34,125	-55.02
安徽江淮汽车集团股份有限公司	2	15,908	7.10
中国第一汽车集团有限公司	3	14,813	-44.91
成都大运汽车集团有限公司	4	11,464	-43.45
东风汽车集团有限公司	5	8,488	-42.17

（以上数据来源：中国汽车工业协会 2023 年第 1 期《中国汽车工业产销快讯》）

轻型卡车：2022 年累计销售 310,705 辆，同比下降 24.96%，占有率 19.2%，同比下滑 0.4%。2022 年轻卡业务调整初见成效，领航 S1、奥铃 M 卡上市后市场表现强劲，细分市场地位快速跃升至第一；欧马可坚持高端、科技、合规引领高端轻卡标杆定位，X 卡、轻盈版稳步增长，进一步稳固高端轻卡领先的市场地位。轻卡市场销量下滑原因：2022 年受经济下行、消费低迷、轻卡蓝牌新规实施等因素叠加影响，带来轻卡客户的持续消费观望，导致轻卡行业总体销量下滑。下一步公司将新重产品为支点，以区域市场突破为抓手，持续扩大规模效应。轻卡中期改款产品全面上市，产品力进一步提升；完善新能源产品布局，纯电和混动同步发展，强化商业模式创新，大力提升新能源营销能力；加大弱势区域资源倾斜，强化区域性政策支持，快速提升市场份额，持续扩大规模效应。

2022 年汽车行业轻型卡车的销量情况详见下表：

企业名称	排名	轻型货车销量	
		2022 年（辆）	同比（%）
轻型货车		1,618,091	-23.4
北汽福田汽车股份有限公司	1	310,705	-24.96
长城汽车股份有限公司	2	186,715	-19.87
东风汽车集团有限公司	3	175,229	-25.22
重庆长安汽车股份有限公司	4	171,901	-3.61
安徽江淮汽车集团股份有限公司	5	152,893	-26.64

（以上数据来源：中国汽车工业协会 2023 年第 1 期《中国汽车工业产销快讯》）

大中型客车：2022 年累计销售 5,594 辆，同比增长 105.2%，市场占有率 6.3%，同比增长 3.4%。大中客业务销量增长原因：大型客车市场回暖，新能源补贴最后一年带来的需求提前释放；公司坚持聚焦价值客户战略的理念，分销模式的日趋成熟，从而实现公司大中客车业务销量大幅增长。下一步公司将坚持以利润为导向，以实现持续盈利为目标，聚焦价值客户，聚焦重点区域。重点完善产品组合，完成城市、城间、校车产品换代升级；持续优化现有网络能力，深挖商务、医疗等高端专用车市场，提升业务盈利能力。

轻型客车：2022 年累计销售 37,400 辆，同比下降 13.55%，市场占有率 11.7%，同比增长 1.2%。2022 年业务保持良性发展态势，产品结构调整较快，紧抓新能源机遇，深化 1+1 分销模式，风景

G7 纯电产品销量、占有率实现大幅提升；业务完成转型，丰富产品组合，实现大中小 VAN 市场全面布局。下一步将重点推进新能源、大 VAN 升级等新重车型投放，持续提升产品竞争力；同时做好传统能源+新能源+专用车三网联动，全面提升分销能力。

产品出口情况

报告期内公司出口整车 87,683 辆，同比增长 56.4%，市场占有率 15.1%，同比增长 1.1 个百分点。2022 年国际合作深入推进，业务结构进一步优化，中重卡、皮卡业务提升明显，在美洲、东南亚、西亚等国家优势突出；收益改善明显，盈利能力大幅提升；完成新能源轻卡欧洲区域上市，为突破发达国家市场奠定基础。

发动机产品经营情况

2022 年福田汽车销售发动机 221,585 台，同比下降 38.57%。其中，福田康明斯(50:50 合资公司)主要生产轻型、中重型柴油发动机，报告期内销量 160,940 台，同比下降 44.93%；福田发动机主要生产 2.0L、2.5L 小排量发动机，报告期内销量 68,465 台，同比下降 11.42%。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用