

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



GUANGZHOU AUTOMOBILE GROUP CO., LTD.

廣州汽車集團股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

(股份編號: 2238)

海外監管公告

本公告乃廣州汽車集團股份有限公司（「本公司」）按香港聯合交易所有限公司證券上市規則第 13.10B 條發出。

以下文件乃本公司於二零二六年三月二十七日在中華人民共和國上海證券交易所網頁登載，僅供參閱。

1. 《廣州汽車集團股份有限公司關於<估值提升計劃>的公告》
2. 《廣州汽車集團股份有限公司關於<估值提升計劃>執行情況的評估報告》

承董事會命
廣州汽車集團股份有限公司
馮興亞
董事長

中國廣州，二零二六年三月二十七日

於本公告日期，本公司的執行董事為馮興亞及閻先慶，本公司的非執行董事為陳小沐、鄧蕾、周開荃、王亦偉及洪素麗，以及本公司的獨立非執行董事為趙福全、肖勝方、王克勤及宋鐵波。

A 股代码：601238

A 股简称：广汽集团

公告编号：2026-024

H 股代码：02238

H 股简称：广汽集团

广州汽车集团股份有限公司 关于《估值提升计划》的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示

●根据《上市公司监管指引第 10 号—市值管理》相关规定，结合公司 2025 年估值提升计划实施成效、行业发展趋势及公司三年“番禺行动”发展规划，公司对《估值提升计划》进行了完善，旨在持续提升公司经营质量、优化资源配置、夯实投资价值，切实增强投资者回报。

●本《估值提升计划》基于公司当前实际情况制定，不构成公司对业绩、股价、重大事件等任何指标或事项的承诺。公司业绩及二级市场表现受宏观形势、行业政策、市场竞争等诸多因素影响，实现情况存在不确定性，敬请投资者理性投资，注意投资风险。

一、计划制定触发情形及审议程序

（一）触发情形：2025 年 1 月 1 日至 2025 年 12 月 31 日，公司连续 12 个月每个交易日的收盘价均低于最近一个会计年度经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产。即 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 3 月 29 日每个交易日的收盘价（不复权价格）为 8.15 元/股至 9.51 元/股之间，均低于 2023 年度经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产 11.03 元/股；2025 年 3 月 30 日至 2025 年 12 月 31 日每个交易日的收盘价（不复权价格）为 7.33 元/股至 9.57 元/股之间，均低于 2024 年度经审计的每股归属于公司普通股股东的净资产 11.05 元/股，属于《上市公司监管指引第 10 号—市值管理》规定的长期破净情形。

2025 年公司围绕估值提升计划在经营提升、并购重组、人才激励、现金分红、投资者关系管理、信息披露、股份回购等方面有序推进各项工作，为经营基

本面改善奠定基础。2026 年作为公司“十五五”开局之年、三年“番禺行动”承上启下的关键之年，在行业智能电动化加速、全球化竞争加剧的背景下，公司需结合新战略、新业务对估值提升计划进行优化升级，进一步释放变革红利，提升公司投资价值，切实维护股东权益。

（二）审议程序：公司于 2026 年 3 月 27 日召开董事会会议，审议通过《关于估值提升计划方案的议案》，本次制定的估值提升计划符合法律法规、《公司章程》及监管要求，契合公司“十五五”发展战略与实际经营情况，不存在损害公司及全体股东特别是中小股东利益的情形。

二、估值提升计划的具体内容

2026 年是公司“十五五”开局之年，也是三年“番禺行动”承上启下的关键之年，公司将以努力实现经营业绩改善为核心，延续核心领域布局，结合 2025 年实施成效及年度重点工作计划，深化举措、精准施策，持续提升公司投资价值。

1. 经营提升。以三年“番禺行动”计划为核心，坚持“稳合资、强自主、拓生态”发展战略，全力打响“用户需求、产品价值、服务体验”三大战役，攻坚海外拓展、成本控制、数智广汽三大任务，多举措推动经营质量持续提升，为实现 2027 年发展目标筑牢根基。

（1）品牌引领，完善差异化品牌矩阵

巩固传祺、埃安、昊铂品牌定位：传祺聚焦主流市场，打造“向往系列”智能新能源产品矩阵，推动品牌电动化、智能化全面进阶；埃安深耕大众新能源，巩固“纯电+增程”双技术路线优势，持续完善多元出行场景动力矩阵；昊铂定位科技豪华，加速高端智能车型迭代。深化与华为的战略合作，加快联合打造的高端智能新能源品牌“启境”首款猎装轿跑研发进度，计划于 2026 年年中上市，同步完成全国门店布局，打造高端智能新能源市场标杆。

（2）产品为王，打造立体化产品体系

依托 IPD 集成产品开发流程，围绕纯电、增程、插混等主流新能源动力形式，优化产品组合策略，聚焦资源打造主干车型，深化与宁德时代的巧克力换电全生态合作，进一步扩充“可充可换”换电新品类。推动合资品牌深化智电转型，广汽丰田坚持“油电同智、油电共进”，扩大新能源产品优势；广汽本田加快现地

化研发，补齐新能源和智能化发展短板，持续丰富合资品牌新能源产品矩阵。

（3）科技领先，推动核心技术落地量产

以第三代星灵电子电气架构 EEA3.0 为基石，持续巩固电动化、智能化技术优势。电动化领域，加快全固态电池技术研发，计划 2026 年下半年小批量装车验证，持续推广“星源增程”等成熟技术的车型搭载；智能化领域，深化 L3 级自动驾驶技术实测与商业化落地，推动与滴滴联合打造的 Robotaxi 多城联动运营，完善“星灵智行”智能科技品牌及安全守护体系。持续推进“汽车芯片应用生态共建计划”，提升车规级芯片国产化配套率，支撑产业链自主可控。

（4）国际拓展，深化 ONE GAC 2.0 战略落地

举全集团之力支持国际化业务发展，挑战 2026 年自主品牌海外销量 25 万辆目标。聚焦 A0、A 级主流海外市场，优化车型矩阵布局，集中资源打造大单品；实施“千网计划”，拓展海外销售网络规模，优化渠道结构，提升运营质效；以泰国、巴西、欧洲为核心发力点，深化与麦格纳等合作伙伴的本地化运营合作，扩大 AION V 等车型海外量产规模，完善海外 KD 工厂运营体系，推动“专项产品开发+全链路生态赋能”的智慧出行解决方案落地，实现产业链、能源生态、数字化体系协同出海。

（5）强化保障，确保战略举措落地见效

持续深化自主品牌经营管控改革，实现研产供销财一体化调度，提升组织运营效率；深化 DSTE、IPD、IPMS 体系落地，构建从用户洞察到产品交付的端到端管理体系；稳步推进集团层面二次混改，建设更具市场化属性的运营体系；壮大高水平人才队伍，重点引进培育海外、技术、管理等核心领域人才；优化资金配置，将资金重点投向主业经营、技术研发、全球化布局等核心领域，确保各项战略举措资金需求。同时，实施全面、极致的成本管控，构建系统性成本管控体系，在不降低用户感知价值、不牺牲产品质量的前提下，打造可持续的成本优势；以 NPS（净推荐值）为牵引推进营销新零售转型，落实轻量化代理模式，加快低线市场拓展，2026 年上半年建成 600 家广汽综合销售服务中心；以“AI+”战略为驱动，系统性建设数智广汽，推动 AI 技术全面融入产品研发、组织管理、用户服务等各领域。

2. 并购重组。公司将继续聚焦新质生产力培育，重点围绕产业链上下游科技

创新领域，开展并购重组项目摸排与研究。结合公司发展实际，稳步推进优质资产整合、低效资产梳理工作，进一步优化资源配置，推动资源向高附加值、高成长性业务集中，促进各业务板块协同发展，逐步增强公司市场竞争力和可持续发展能力，切实提升股东回报。

3. 股权激励及员工持股计划。公司将持续深入推进体制机制改革，深化市场化绩效考核机制，充分利用 A+H 股两地上市平台优势完善中长期激励体系，结合经营实际与行业发展趋势，持续完善及探索新的激励方式，构建员工、公司及股东之间“收益共享、风险共担”的长效激励机制。

4. 现金分红。公司着眼于投资者取得合理回报以及公司长远、可持续发展，综合考虑公司经营情况、战略规划、资金需求、股东要求等因素，继续坚持建立持续、科学、稳定的利润分配机制，确保利润分配政策的连续性和稳定性。在公司该年度实现的可分配利润及累计未分配利润为正值，现金流可以满足公司正常经营和可持续发展，且审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见审计报告的情况下，公司将依法进行现金分红，严格遵循《广汽集团股东分红回报规划(2024-2026年)》相关约定。

5. 投资者关系管理。公司将持续完善投资者关系管理体系，创新沟通模式与内容，深化“价值共创、双向赋能”的沟通理念，以系统价值营销和精准生态赋能为核心抓手，打造多元化、精细化的投资者互动生态，充分保障投资者知情权，更精准地传递公司核心价值。通过系统性向市场传递公司在品牌、技术、产品层面的核心竞争力，让市场充分认知并认可公司内在价值；锚定目标投资者群体开展高效沟通，同时借助 ESG 实践成果，吸引关注可持续发展的投资者，构建更广泛的投资者生态圈。在年度报告、半年度报告、三季度报告公告后按时举办业绩说明会，针对品牌升级、技术量产、全球化布局等核心工作进展进行专题分享；适时举办投资者走进工厂、研发中心等实地调研活动，让投资者直观感受公司经营与技术实力。充分利用上证 e 互动、公司投资者邮箱（ir@gac.com.cn）、投资者热线电话（020-83151139）等常规渠道及时回应诉求，同时依托数字化工具搭建投资者专属沟通平台，实现问题解答、信息推送的高效化、个性化；针对长期价值投资者、ESG 投资者、境内外机构投资者等不同群体制定差异化沟通策略，精准传递公司经营发展、战略落地、ESG 建设等核心信息，持续提升市场对公司

价值的认知度与认同感。

6. 信息披露。公司将继续严格遵循真实、准确、完整、及时、公平的信息披露基本原则，以投资者需求为导向，持续优化信息披露形式和内容，增强信息披露的针对性、可读性和有效性。结合公司经营亮点及投资者普遍关注的问题，优化定期报告版面设计和内容组织，以图文并茂、形式多样的图表清晰展现公司经营业绩及战略理念；通过图文简报、短视频等可视化形式解读公告，做到简明清晰、通俗易懂，充分披露投资者作出价值判断和投资决策所必需的信息。密切关注市场对公司价值的反映，若市场表现明显偏离公司内在价值，将审慎分析研判原因，并依规发布股价异动公告、澄清说明公告等，促进公司投资价值真实反映上市公司质量。

7. 股份回购及股东增持。公司将密切关注资本市场动态及市场对公司价值的反映，结合公司资源配置情况、现金流状况，在市场表现明显偏离上市公司价值时，积极研究股份回购计划的可行性，通过股份回购维护公司股价稳定和股东利益。同时，积极引导控股股东及核心股东基于对公司长期发展的信心，在合适的市场时机实施增持，促进公司投资价值合理反映公司经营质量。回购股份将主要用于股权激励及员工持股计划，实现回购与长效激励的有效结合。

三、董事会对估值提升计划的说明

公司董事会认为，完善后的《估值提升计划》是在总结 2025 年估值提升计划全维度实施成效、结合行业发展趋势及公司 2025 年经营实际制定的优化方案，符合《上市公司监管指引第 10 号—市值管理》等法律法规及《公司章程》规定，契合公司“十五五”发展战略与“稳合资、强自主、拓生态”的核心方向，聚焦业绩修复、价值提升核心目标。

本计划各项举措具备合理性和可行性，聚焦经营业绩改善和投资价值提升核心目标，延续了公司既定的发展战略，有助于进一步提升公司经营效率和质量，完善公司治理和激励机制，优化资源配置，增强投资者回报，持续提升公司投资价值，不存在损害公司及全体股东特别是中小股东利益的情形。

四、评估与完善安排

公司将每年对估值提升计划的实施效果进行全面评估，综合宏观形势、行业政策、市场情况及同行业上市公司情况等因素，分析计划实施过程中的问题与不足。若经评估确需完善，公司将对本计划进行调整优化，并经董事会审议通过后及时履行信息披露义务。同时，公司将在年度业绩说明会中对估值提升计划的执行情况进行专项说明，充分接受投资者监督。

五、风险提示

本《估值提升计划》是基于公司目前的实际情况而做出的计划方案，不构成公司对业绩、股价、重大事件等任何指标或事项的承诺。公司业绩及二级市场表现受到宏观形势、行业政策、市场情况、技术研发落地进度、海外市场拓展效果等诸多因素影响，计划实施效果存在不确定性。敬请投资者理性投资，注意投资风险。

特此公告。

广州汽车集团股份有限公司董事会

2026年3月27日

A 股代码：601238

A 股简称：广汽集团

公告编号：2026-023

H 股代码：02238

H 股简称：广汽集团

广州汽车集团股份有限公司 关于《估值提升计划》执行情况的评估报告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

根据中国证监会《上市公司监管指引第 10 号——市值管理》相关规定，广州汽车集团股份有限公司（下称“公司”）经董事会审议通过后于 2025 年 2 月 27 日披露了《关于估值提升计划的公告》。2025 年度，公司严格组织落实该计划，围绕核心领域精准施策，在行业深度调整期保持经营韧性、培育发展潜力。2025 年度估值提升计划的执行情况评估报告如下：

（一）2025 年计划实施核心成效与经营情况

2025 年公司严格落实《估值提升计划》，以“稳合资、强自主、拓生态”为核心，全力打响“用户需求、产品价值、服务体验”三大战役，严格按照 2025 年估值提升计划既定方向，围绕经营提升、并购重组、股权激励、员工持股计划、现金分红、投资者关系管理、信息披露、股份回购及股东增持等方面推进各项工作、落地相关举措，在行业深度调整、转型投入加大的背景下，保持经营基本面的整体稳定，为公司后续估值提升和高质量发展积累基础。尽管受行业竞争加剧、战略转型投入加大等多重因素影响，公司 2025 年度出现经营亏损，但通过全维度举措落地，经营指标呈现环比改善态势。

1. 经营提升：变革转型纵深推进，经营质效与核心能力稳步培育。

以“稳合资、强自主、拓生态”为核心，全力打响“用户需求、产品价值、服务体验”三大战役，推动经营基本面逐步改善，产业结构向智电化方向持续调整。

产销指标企稳向好。全年汽车产销 174.44 万辆和 172.15 万辆，虽受行业环境影响同比分别下降 8.98%和 14.06%，但自二季度起连续三个季度实现销量环比正增长，展现出强劲的复苏动力。

产品结构持续优化。新能源汽车销量 43.36 万辆，占总销量 25.19%，较上年上升 2.5 个百分点；节能汽车销量 45.46 万辆，同比增长 0.84%，全年节能与新能源汽车销量占比提升至 51.60%，较上年上升 6 个百分点，智电转型步伐持续加快。

自主品牌改革红利释放。推进自主品牌从战略管控向经营管控转型，打造经营型总部；全面导入 DSTE、IPD、IPMS 体系重构业务流程；深化干部人事与三项制度改革，推行市场化选聘和竞聘上岗，完成新一届职业经理人全球招聘。推进一体化改革与 BU（事业单元）组织模式试点，组建传祺 BU 及昊铂埃安 BU，导入 NPS 指标管理评价体系，推动与京东平台的营销创新合作，多品牌融合、轻量化推进渠道下沉。广汽埃安自 2025 年 6 月起连续 7 个月实现销量环比正增长；广汽传祺推出向往 S7、M8、S9 “向往系列” 高端产品，构建智能新能源产品矩阵，品牌高端化、电动化进阶提速。

合资品牌逆势成为稳定器。广汽丰田全年销量 75.6 万辆，同比增长 2.44%，节能与新能源车型销量占比达 62.2%，首款本土研发纯电车型铂智 3X 销量超 8 万辆；广汽本田自 2025 年 8 月起连续 5 个月实现销量环比正增长，智电转型与本土研发能力持续提升；五羊本田强化技术与智能化优势，2025 年投放 14 款新品，全年销量约 64 万辆，出口超 15 万辆。

技术研发成果丰硕。聚焦电动化、智能化核心赛道，全年新增专利申请超 3000 件，截至 2025 年底累计专利申请超 24000 件；推出 “星源增程” 技术并实现量产；获广州市首批最高时速 120 公里 L3 级自动驾驶路测牌照，与滴滴联合打造的新一代 Robotaxi 正式交付；如祺出行 Robotaxi 实现 “广州—深圳—横琴” 三地联动运营，累计安全试运营里程近 600 万公里。

全球化布局跨越式发展。发布 ONE GAC 2.0 战略，开启体系出海新篇章，自主品牌海外终端销量约 12.5 万辆，同比增长约 48%，业务拓展至全球 87 个国家和地区，累计建成销售服务网点 630 个，布局 5 座海外 KD 工厂；与麦格纳合作

推进欧洲本地化运营，AION V 于奥地利格拉茨工厂量产；全年投放 5 款海外全新车型、4 款年款中改车型，本地化生产与市场运营能力显著提升。

产业生态协同增效。深化与华为、宁德时代、腾讯等核心伙伴战略合作，与华为联合打造的高端智能新能源品牌“启境”首款车型 GT7 开发顺利推进；与宁德时代在换电领域深化合作，成为首家巧克力换电全生态合作车企，联合京东推出“国民好车” AION UT super，充分整合优质资源；发起“汽车芯片应用生态共建计划”，国内首台芯片设计 100% 国产化车型昊铂 GT 攀登版成功下线；零部件、能源、出行、金融等生态板块协同发力，因湃电池稳步推动产能提升和产线良率爬坡，全年动力电池产销量 15 万台套；广汽能源推进实施“万桩”计划，累计建设运营充电站超 1,900 座，充电终端超 2.3 万个，充电终端规模在车企中位居前列；如祺出行订单超 2 亿单，同比增长 86%，生态赋能主业能力持续增强。

2. 并购重组：聚焦新质生产力，产业链整合与资源优化稳步推进。

紧扣智能电动化、产业链自主可控等核心方向，以“整合优质资源、剥离低效资产、优化资源配置”为目标，聚焦新质生产力布局，积极挖掘产业链上下游科技创新企业（电池材料、智能驾驶、车载芯片、新能源零部件等领域）的整合并购机会，推动资源向高附加值、高成长性业务集中。同时，持续优化存量资产配置，推动产业生态各板块协同发展，通过核心业务赋能、低效业务梳理，进一步提升资产运营效率。

3. 股权激励与员工持股计划：深化长效激励和利益共享机制，凝聚团队发展合力。

持续深入推进体制机制改革，深化市场化绩效考核机制，依托 A+H 股两地上市平台，完善与公司发展相适配的长效激励机制。始终坚持构建股东、公司与员工之间的利益共享与风险共担机制，依托资本市场激励工具，推动员工与公司形成“利益共同体、发展共同体、命运共同体”，凝聚全体员工共克时艰、共谋发展的强大合力，为公司各项战略举措的落地执行提供了坚实的团队支撑。

4. 现金分红：坚守回报股东初心，受经营亏损影响暂未分红。

公司始终高度重视投资者合理回报，不断健全持续、科学、稳定的利润分配机制，严格遵循《公司法》《公司章程》及《广汽集团股东分红回报规划（2024-

2026 年)》相关规定。但 2025 年受行业深度调整、智能电动化转型投入加大、全球化布局提速等多重因素影响,公司经营出现亏损,结合公司核心技术研发、产业生态构建、海外市场拓展等战略发展的资金需求,为保障公司长期可持续发展,2025 年度未进行现金分红。2025 年公司已通过全维度的经营变革与战略落地培育发展动能,2026 年将全力以赴改善经营业绩,力争尽快恢复稳定的现金分红,切实提升全体股东的投资回报。

5. 投资者关系管理: 构建立体化沟通矩阵, 精准传递公司价值。

坚持以投资者需求为导向,持续完善投资者关系管理体系,构建“线上+线下”、“境内+境外”立体化沟通矩阵,全面加强与投资者的双向沟通与互动。2025 年全年组织年度、半年度等业绩说明会 3 场,开展境内外路演、反向路演 111 场,覆盖投资者超 500 人次;充分利用上证 e 互动、公司投资者邮箱、投资者热线等官方渠道,及时回应投资者关切的问题与建议,保障投资者知情权;针对长期价值投资者、ESG 投资者制定差异化沟通策略,重点传递公司战略变革、技术研发、全球化布局等核心价值亮点,市场对公司的认知度与认可度持续提升。

6. 信息披露: 优化形式与内容, 提升信息透明度与可读性。

严格遵循真实、准确、完整、及时、公平的信息披露基本原则,以投资者需求为导向,持续优化信息披露的形式与内容。2025 年全年发布定期报告及各类公告超 100 份,针对投资者普遍关注的新车型推出、自主研发进展、经营业绩、战略落地等事项,优化定期报告版面设计与内容组织,以图文并茂的方式集中展示核心经营亮点;结合投资者阅读习惯,通过更直观的图表、数据展现公司经营业绩及战略理念,增强信息披露的针对性、可读性和有效性。同时,密切关注市场对公司价值的反映,及时依规披露公司重大事项,充分保障投资者作出价值判断和投资决策所需的信息,信息披露质量与市场公信力持续提升。

7. 股份回购及股东增持: 稳步推进回购计划, 有效稳定市场信心。

密切关注资本市场动态及公司股价表现,严格按照 2024 年 5 月股东大会审议通过的股份回购方案,稳步推进 A 股及 H 股股份回购工作。公司在回购期间内累计完成回购股份数量 300,051,854 股,占公司总股份数的 2.94%,其中回购 A 股数量 14,799,854 股,回购并注销 H 股数量 285,252,000 股。通过股份回购向资本市场传递公司对自身价值的坚定信心,有效稳定了市场预期和股价表现,切

实维护了广大股东的合法权益。同时，公司积极引导控股股东及核心股东关注公司长期发展价值，为后续适时开展股东增持、进一步稳定市场信心做好了充分准备。

（二）风险提示

本报告所载 2025 年度经营数据及发展成果为公司实际经营结果，相关未来发展规划、战略布局等内容均基于当前行业环境、市场趋势及公司经营现状作出的前瞻性安排，不构成公司对投资者的任何实质承诺。汽车行业受宏观经济波动、消费需求变化、产业政策调整、智能电动化技术迭代、海外市场地缘政治等多重因素影响，公司后续经营业绩、产业布局落地效果存在不确定性，敬请广大投资者理性研判投资价值，注意投资风险。

特此公告。

广州汽车集团股份有限公司董事会

2026 年 3 月 27 日