

证券代码：603529

证券简称：爱玛科技

爱玛科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-002

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 电话会议	<input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 一对一沟通
参与单位名称	方正证券、东方证券、华泰证券、东方基金、华夏基金、中邮基金、大家资产、乐雪投资、泰康资产等 12 位投资者	
时间	2021 年 9 月 10 日 10:00	
接待人员	副总经理、董事会秘书 王春彦先生 资本运作总监 李文秀	
投资者关系活动主要内容介绍		
一、公司产品展厅参观 安排投资者参观产品展厅并讲解相关产品和业务。		
二、公司天津生产基地参观 安排投资者参观天津生产基地并讲解相关生产流程和生产工艺。		
互动问答部分		
问题一、公司的品牌竞争策略是什么？		
答：公司的品牌竞争策略包括：		
1、多品牌战略。（1）传统车型（如 A500、小爱等）针对的是主流价格带市场；（2）公司将推出高端品牌，该品牌的车型主要是高端智能化产品；（3）针对乡镇和农村市场，公司收购了具有 40 余年历史的斯波兹曼品牌，该品牌车辆使用的零部件，具有耐用和高性价比的特点；（4）小帕品牌定位轻奢、复古，打造一个全新的品牌 IP；（5）针对快递和外卖业务市场，推出小玛品牌，具有续航里程长、载重量高的特点；（6）针对电动两轮车的服务市场，推出提供全生命周期服务的易玛车		

服，包括车辆保养、维修、快速充换电等；（7）针对国际市场，成立国际事业部，研究不同国家和地区的消费需求并推出符合当地使用习惯的车型，实施本土化策略。

2、建设用户至上的企业文化。公司产品作为消费品，消费者的认可度和满意度决定了企业的生存和发展，公司以用户需求为起点，扎扎实实做好产品，满足用户需求。

问题二、公司的多个品牌之间是否有竞争？如何运营？

答：公司的多个品牌目标客户定位不同，相互之间基本不存在竞争关系，除主品牌外的其他品牌由单独的法人主体独立运营，各个品牌能够共享的公司资源包括：研发、采购、数智化平台及售后服务；但渠道和生产完全独立、互不影响。

问题三、公司海外市场的拓展策略是什么？拟在海外市场使用哪个品牌？

答：公司将根据不同国家和地区的市场特点来确定海外市场的拓展策略。目前拟采用“爱玛”主品牌开拓国际市场。

问题四、公司是否有电动滑板车布局？

答：公司已推出性价比非常高的电动滑板车产品，该产品主要针对的是海外年轻消费者群体。在国内，电动滑板车因政策原因无法上路。

问题五、请介绍一下公司的研发团队组织架构情况？

答：公司设有中央研究院、工程研究院和智能化中心，其中中央研究院致力于行业基础技术研究，包括三电（电机、电控和电池）最新技术研究；工程研究院是基础技术的应用研究，将中央研究院的成果应用于产品实践，同时，工程研究院也承担新产品研发、导入生产流程的职能；智能化中心推动智能化技术升级与应用、车联网消费端软件、网联智能硬件等研发项目的落地。

问题六、公司产品平均单价的变动趋势及原因是什么？

答：影响产品平均单价变动的因素有很多种，包括市场供求关系、竞争格局、原材料采购价格等，2021年上半年公司产品平均单价有所提升，主要原因是：（1）单价较高的高端车型占比提升；（2）原材料采购价格提升，进行了一定比例的价格传导。

问题七、公司产品在南方市场和北方市场中哪个更具有优势？

答：南方市场和北方市场的消费习惯不同，公司推出了不同外形、性能的产品，但全国市场的竞争是均衡的，公司产品在南方市场和北方市场的竞争优势没有显著不同。

问题八、请介绍一下2021年上半年公司门店拓展及新增门店的分布特点情况？

答：2021年上半年公司门店数量增长约30%，多分布在三四线城市，分布特点和公司渠道下沉策略有关。

问题九、公司是否有精简SKU的计划？

答：公司积极布局核心技术和标准化技术研发，打造产品的平台化框架和功能，在保持、提升公司产品的消费群体覆盖面的基础上，实现精简SKU。

问题十、爱玛持续作为领先电动两轮车企业的原因是什么？

答：主要有两点，一是公司坚守长期主义、具有战略定力，持续专注于电动两轮车行业；二是创新用人机制，持续推进职业经理人团队建设。

问题十一、新媒体营销时代，爱玛如何推广自身品牌？

答：在多元化媒体传播时代下，爱玛紧跟时代发展，建立私域流量、构建品牌口碑；坚持原有推广策略的前提下，不断推出的传播策略，比如通过电商直播、抖音、快手等新媒体平台构建综合化、系统化以及多样化的推广模式。

问题十二、降本方面，公司有什么措施及策略？

答：一是战略性降本，充分做好长期产能规划及资源整合；二是研发降本，在保证产品质量和性能的前提下，采用成本较低的新材料和新能源，通过技术创新降低工艺复杂性；三是生产降本，采用精益生产模式，优化生产工艺，提高生产效率；四是供应链降本，建立可持续、有竞争力的采购体系，通过强化供应链管理，从而稳步缓和原材料上涨造成的成本上涨压力。

问题十三、请介绍一下公司智能化产品的研发进展？

答：公司在深圳设立了智能化中心，对便捷出行领域的车联网技术进行研发和应用，目前已经实现了行业内现有车联网技术的能力储备，并将部分技术落地在小

爱、空军一号等系列产品中。公司基于新一代电气架构，结合电机、电池与电控等核心电器件，自主研发了契合便捷出行场景的嵌入式应用操作系统AimaOS，该系统目前已兼容MQTT/CoAP/TCP/UDP等底层通讯协议。

记录人	李文秀
-----	-----