

证券代码：300994

证券简称：久祺股份

编号：2022-002

久祺股份有限公司 投资者关系活动记录表

| | |
|---------------|---|
| 投资者关系活动类别 | <input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 |
| 参与单位名称及人员姓名 | 机构投资者（具体参会名单详见附件） |
| 时间 | 2022年2月24日 |
| 地点 | 浙江德清久胜车业有限公司、久祺股份有限公司会议室、浙江久祺运动发展有限公司 |
| 上市公司接待人员姓名 | 董事长：李政 董事：李宇光 董事会秘书：雍嫵 证券代表：陆佳骐 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 一、交流问答环节 1、未来助力电动自行车核心技术和部件是哪些？ 答：助力车现阶段核心部件是电池、电机、电控系统三部分。未来助力车核心技术会朝着智能化发展。主要涉及使用过程中的智能板块。包括智能升级、T-BOX、芯片、电动零件（电机、电池）等。未来智能模块开发会参照新能源车 |

的模式，主要包括自动驾驶、自动泊车，导航、自动开锁、健康检测、远程诊断故障、防盗报警功能等。目前，电助力车处于市场需求较大、供应链未完全匹配，主要市场正在布局阶段，几年后会进入竞争化的状态。

2、国内是否还有其他同行的做设计、供应链管理，少量生产模式的企业？

答：纵观国内市场，这样业务模式的自行车行业公司比较少，目前规模较大的没有。公司的核心竞争力在于产品设计、客户渠道、供应链整合。没有良好的客户渠道，优良的设计研发能力很难做到这样的业务模式。

3、公司和自行车行业的大牌企业有合作吗？

答：公司很少有和大牌企业合作。原因是大牌企业会要求合作方有整装生产能力，并且一般会指定单一的款式生产进行 OEM 合作模式。其次，欧洲等大品牌要考虑反倾销因素，在中国生产没有成本优势。再次，大牌代工 OEM 模式，需要占用工厂大额产能，并且利润是严格控制的，原材料价格波动带来的影响难以控制。相比于其他代工厂，公司主要做设计、研发。各个区域客户有很多，将大量产能给予大牌代工，会影响公司其他销售。

4、公司现在亚马逊线上销售自主品牌有哪些？

答：童车有 joystar、cycmoto，成人车有 hiland。这些都是在亚马逊上销量名列前茅的自主品牌。亚马逊线上自行车产品占比较小，有较大的开发空间，市场前景良好。

5、跨境电商的增长是因为疫情的原因吗？后面疫情缓和，

增速是否会受到影响？

答：疫情有一定的影响。疫情改变了人们出行的方式，消费习惯。人们越来越偏向于选择线上购物，购买符合绿色出行的自行车产品。目前其他产品的线上占比在 30%左右，自行车品类只有 10%左右，还有很大的上升空间。所以未来线上销售空间很大，还是会有比较良好的增长速度。

6、自主品牌 C 端中电助力车占比？

答：电助力车自主品牌线上销售需要经过各种检测，亚马逊仓库也不接受电池等危险品。所以线上布局比较慢。公司今年布局完成线上需要刚开始起量。由于电助力车产品的流行，后期需求会超过所有的其他产品。1 台助力车（799、899 美元起）终端销售额价格相当于 7、8 台儿童车（109 美元起），2、3 台成人车（300 美元起）的价值量。因此后期助力车产品的销量增加会带来更大的销售额。

7、公司国外客户市场结构如何？

答：公司基本上做的是非一线品牌客户，如哥伦比亚（最大的公司）、墨西哥、巴西、巴拿马、保加利亚、土耳其等当地的第一、二品牌，并非全球顶尖品牌。客户遍布全球，有品牌商、渠道商、进口商、组装工厂（集中在东南亚和东欧，他们要考虑欧洲反倾销）包括 80-90 个国家和地区，比如保加利亚、印尼、印度（最大的公司）、墨西哥、智利、阿根廷、哥伦比亚、巴西、巴拿马、塞尔维亚、南斯拉夫的工厂。

8、如何确保供应商提供产品的质量？

| | |
|----|--|
| | <p>答：首先公司对供应商有严格的删选制度。不符合标准的供应商会被淘汰。其次，公司有强大的品质管理团队，为各供应厂商提供生产注意指导书、产品质量要求文件等。再次，研发团队为客户做好产品设计，指定好相关零配件，下单给整车工厂后，工厂必须按照研发设计要求进行加工、生产、组装。最后，产品完成后，品质管理部门会进行严格的质检流程，确保产品质量的稳定性。</p> <p>9、公司国外客户市场份额为何都比较分散？</p> <p>答：公司客户是遍布全球各个地区的非一线品牌客户。这些客户在当地都是数一数二的品牌商、渠道商、进口商、组装工厂，包括 80 多个国家和地区。比如保加利亚、印尼、印度、墨西哥、智利、阿根廷、哥伦比亚、巴西、巴拿马、塞尔维亚、南斯拉夫的工厂等，所以市场份额都比较分散。</p> |
| 日期 | 2022 年 2 月 28 日 |

附件：

参会人员名单

| | |
|-----|---------|
| 罗志弘 | 真科基金 |
| 蔡峰 | 南华基金 |
| 叶祎然 | 旌安投资 |
| 姜文镮 | 国盛证券 |
| 李晨 | 国盛证券 |
| 刘骜飞 | 湘财基金 |
| 周维 | 国联安基金 |
| 廖辰轩 | 淳厚基金 |
| 李天诚 | 淳厚基金 |
| 聂嘉雯 | 华富基金 |
| 彭邦泰 | 华泰柏瑞 |
| 方圆 | 阳光资产 |
| 肖婵 | 太平基金 |
| 刘洋 | 建信养老 |
| 黄文睿 | 南土资管 |
| 张春 | 巴沃基金 |
| 杜曼丽 | 惠升基金 |
| 陈欣宜 | 中欧基金 |
| 王苏煦 | 汇安基金 |
| 杨晓洋 | 恒越基金 |
| 王晨曦 | 万家基金 |
| 但嘉桓 | 中加基金 |
| 王明昊 | Polymer |
| 丁力佳 | 泓澄投资 |
| 王凯丽 | 兴业证券 |
| 孟欣 | 东北证券 |
| 熊彬正 | 兴业证券 |
| 马颖祺 | 南华证券 |

| | |
|-----|--------|
| 陆松新 | 南华基金 |
| 黄志刚 | 汇丰晋信 |
| 吕功绩 | 宝盈基金 |
| 赵晨凯 | 海富通 |
| 郭庆龙 | 海通证券 |
| 王文杰 | 海通证券 |
| 吕科佳 | 海通证券 |
| 高翩然 | 海通证券 |
| 鞠然 | 东北证券 |
| 陈雅婷 | 中金公司 |
| 常青 | 中金公司 |
| 林苏慧 | 中信期货资管 |
| 杨明凡 | 谢诺辰阳 |
| 陈天昀 | 太平资管 |
| 徐建花 | 太平资管 |
| 杜山 | 浙商证券 |
| 莫威格 | 招商理财 |
| 赵兰婷 | 西南证券 |
| 陈一韬 | 东吴资管 |
| 彭晖 | 彼得明奇 |
| 陈良源 | 敦和资管 |
| 李武跃 | 雷钧资产 |
| 叶乐 | 中信建投 |
| 黄杨璐 | 中信建投 |
| 董博 | 方正资管 |
| 张丽娟 | 领展基金 |