

证券代码：000913

证券简称：钱江摩托

## 浙江钱江摩托股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

编号：2022-007

<b>投资者关系活动类别</b>	<input 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 type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 <u>电话会议</u>
<b>参与单位名称及人员姓名</b>	中信证券：李子俊、孙晨晔；万家基金：郑中天；WT Capital：叶珑；上海聚鸣投资：郭宣宏；昭图投资：林钰雄；敦和资管：李博；国信证券：曹嘉诚；大成基金：黄涛；乐雪资本：王潇麟；南银理财：宋彬；沅沛投资：孙思维、马惠明；平安养老：唐宋媛；乾惕投资：周振兴；招商基金：况冲；嘉实基金：鲍扬；信达澳亚基金：刘维华；银叶投资：李溶涛；WillingCapital：Gary；群益投资：李忠翰；乐瑞资产：罗子博；兴业自营：熊彬正；财通基金：马松；申港证券（自营）：薛雨冰；华商基金：常宁；平安资管：万淑珊；东方证券：万里明；中信自营：梁勤之；恒生前海基金管理：江俊晨；Vontobel Asset Management：Louise Li；淳厚基金：陈印；景顺长城基金：王开展；安信基金：曾博文；鹏华基金：刘偲圣；平安资管：孙驰；上海健顺投资：何荣珩；汇泉基金：曾万平；华安基金：王春；RWC：Dan
<b>时间</b>	2022年11月14日
<b>地点</b>	公司证券部
<b>上市公司接待人员姓名</b>	董事会秘书：王海斌、证券事务代表：颜康

投资者关系活动  
主要内容介绍

公司就投资者在本次交流中提出的问题进行了回复：

1、请简单介绍下公司三季度的经营情况。

2022年1-9月，公司实现营业收入约44.8亿元，同比增长30%，实现归属于上市公司股东的净利润为4.01亿元，同比增长49.13%。

2、请问今年大排摩托车分城市地区的销售情况如何？哪些城市地区相对销售较好？

从省份来看，四川和浙江的销量相对于其他省份较多，其他省份较为平均，如贵州、云南、重庆、广东、陕西都差不多。从城市来看，北京、重庆、成都、西安等省会城市购车用户较多，大排量产品作为通勤与运动、娱乐兼备的属性，在经济发达区域接受度较高。

3、请问公司品牌跟一些外资品牌后续竞争趋势如何？公司对此持何种态度？

随着国内大排量的市场空间的发展，包括外资在内的各个品牌都投入资源，进入大排量车型的竞争。公司对此还是乐观的，更多的厂家进入行业，会带动整体市场的发展，培育出更多的用户，促进摩托文化的形成。对于参与市场的充分竞争，我们还是有信心的。公司从2005年收购benelli，公司一直专注于研发，搭建了完善的车型平台，具备较高的技术积累，并能够较快响应用户需求，这为我们参与竞争提供了坚实保障；近年来，公司产品的设计、制程质量控制、市场推广和服务都得到了提升，250以上的产品连续10余年占行业首位，公司有实力与竞争品牌对垒。

4、本田系有两家大排量摩托（五羊本田和新大洲本田），在国内扩张比较快，对我们的压力大吗？

从小排量通勤车来讲，国内本田系是具备较强的产品竞争力的，在大排量车型，我们是具备充分竞争的信心。国潮的产品已经具备优秀的设计和制造能力，在智能化和网联化上具

备领先性，也更贴近用户。

5、目前国内消费者对于摩托车品牌忠诚度如何？

目前没有数据支持来说明用户对品牌的忠诚度，我们希望凭借优秀的品牌文化、产品力、售后服务、活动运营，提升口碑，促进复购消费和老带新，消费者满意度的提升才能促进忠诚度的产生。

6、公司摩托车的用户画像能简单介绍下吗？

从用户信息来看，公司 QJMOTOR 产品定位于国潮机车，该产品非常潮酷，20-35 岁年龄段的年轻玩家占比相对较多，该部分玩家追求酷炫、自由、激情的骑乘体验，通勤和娱乐、运动场景并存，公司的产品非常符合他们的需求。而 BENELLI 产品则偏向于高端，沉稳、有文化沉淀而不失激情的感觉，在 20-40 岁且有一定消费能力的玩家居多。

7、请问公司整体搬迁的计划目前进展如何？会影响产能吗？

公司整体搬迁计划大概要 3 年左右，我们会努力推进，尽量缩减进程。我们在现在目前生产基地继续生产使用的，新旧工厂的切换预计不会影响产能。

8、公司推进自营出口渠道是基于怎样的考虑？

公司推进自营渠道一方面可以降低单一渠道的风险，一方面是希望将 QJMOTOR 在国内的优秀表现复制到国际市场，在国际市场进行双品牌运作，并覆盖到原 Benelli 薄弱的区域，实现 1+1 的市场成果。这是公司的其中一个成长点。

9、请谈谈对未来市场空间的展望。

中国市场由于种种特殊原因，大排量的占比相对于发达国家还是有非常大的差距，包括大排量车辆与人员的比例，大排量车辆与年市场总量的比例等，从近几年看，市场保持较高增速，2022 年甚至会以更高的速度递增，从当前趋势来看，消费升级已经来临，我们对增速有着乐观预期。

附件清单(如有)	无
日期	2022年11月14日