

证券代码：605088

证券简称：冠盛股份

温州市冠盛汽车零部件集团股份有限公司

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 checked="" 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 type="checkbox"/> 其他
参与单位名称及人员姓名	国泰君安证券：顾一格 光大保德信基金：陈智勇、华叶舒 光大保德信资管：孙业栋 民生加银基金：李由 中银基金：张飞、丁久云 浦银安盛基金：杨鑫 恒越基金：白钰 华泰资管：蔡轩、姜之媛 诺德基金：徐娟 广发基金：吴晓钢 中欧基金：郎哲伦 招商证券：杨岱东、陆乾隆 山西证券：陈金顺、王德坤、高渊、张志强、贾赛东、李佳玲、方仁杰 建信信托：鲍为 平安资产管理有限责任公司：周琳 国海富兰克林基金管理有限公司：张登科 金信基金：菜宇飞 盈象投资：陈晨 长安基金：唐癸云 海通证券：王巧喆、房乔华 华夏基金：苏海鸿、王伟 嘉实基金：杨骏骋 中金资管：莫华寅

	<p>上银基金：张和睿</p> <p>国寿养老：鲁嘉琪</p> <p>信达证券：陆嘉敏、丁泓婧、王欢</p> <p>东方资管：谢成</p> <p>东亚前海证券：赵启政</p> <p>民生加银：刘浩、吕金华</p> <p>安信基金：梁冰哲、高元昊</p> <p>世纪证券：石琦璠</p> <p>尚正基金：石竟成</p> <p>深高投资：徐静</p> <p>天治基金：董津佑</p> <p>中天证券：李琛</p> <p>宁银理财：王梓合</p> <p>中信期货：康恃榛</p> <p>浙商资管：刘淼</p> <p>诺德基金：秦婧</p> <p>长江资管：江易泽</p> <p>国信自营：王承麒</p> <p>首创证券：李允</p> <p>华泰柏瑞：金佳琦</p> <p>前海开源基金：江涌</p> <p>中欧基金：赵恒毅</p> <p>西部利得：梁晓明</p> <p>宁银理财：韦婉</p> <p>嘉实基金：李帅</p> <p>易方达基金：鲍昀骁</p> <p>平安养老：金浩枫</p> <p>光证资管：孟祥飞</p> <p>华泰保兴：池嘉莹、陈莹</p>
--	--

	<p>海通证券：刘一鸣、王巧喆、房乔华</p> <p>万家基金：周实</p> <p>九泰基金：赵万隆</p> <p>兴业基金管理有限公司：徐立人</p> <p>华安基金：倪文凡、文康</p> <p>大成基金管理有限公司：郭玮羚</p> <p>永赢基金管理有限公司：黎一鸣</p> <p>长信基金：肖文劲</p> <p>融通基金：刘申奥、任涛、王迪</p>
时间	<p>2023年2月3日 15:30 - 16:30</p> <p>2023年2月6日 10:00 - 11:00</p> <p>2023年2月6日 15:30 - 16:30</p> <p>2023年2月7日 10:00 - 11:00</p> <p>2023年2月7日 15:30 - 16:30</p> <p>2023年2月8日 15:00 - 16:00</p> <p>2023年2月9日 10:00 - 11:00</p> <p>2023年2月9日 16:30 - 17:30</p> <p>2023年2月10日 14:30 - 15:30</p> <p>2023年2月20日 10:30 - 11:30</p> <p>2023年2月21日 10:00 - 11:00</p> <p>2023年2月21日 11:30 - 14:00</p> <p>2023年2月22日 9:00-11:00</p> <p>2023年2月27日 10:00-11:30</p> <p>2023年2月28日 10:20-11:30</p>
地点	线上交流
上市公司接待人员姓名	周隆盛、黄正荣、卢智伟、占斌
投资者关系活动主要内容介绍	<p>问题一：请问公司品牌在欧美市场的定位大概是怎样的？我们自有品牌在产品中占比多少？</p> <p>答：GSP 品牌在欧美市场属中高端产品；公司自有品牌占比超过 40%。</p> <p>问题二：公司这种商业模式有没有类似的竞争对手，相较于他们的优势是什么？</p> <p>答：公司海外业务占比 90%以上，且一直以售后市场为主，各区域市场布局均衡，目前没有完全对标的企业，在海外的竞争对手</p>

表现为其他品牌商与进口商，与他们相比公司最大的优势在于公司对国内细分领域的供应链了解程度，因为在新产品拓展的过程中我们除了要观察下游市场需求情况，还要观察国内供应链的完备程度以及备选方案，海外品牌商对国内的供应链情况了解不够深入，因此他们会增加额外的采购成本，而我们会为客户提供适配的供应链服务体系，同时还会满足其品控要求，所以海外客户与我们合作后一直保持紧密合作。

问题三：能不能详细介绍与供应商合作具体是什么业务模式？这种模式下能为供应商带来什么？

答：公司的核心竞争力称之为全球智慧供应链体系，其中包括全球营销网络、全球仓网以及与京东合力打造的京慧系统，京慧系统可以利用预测模型对下游需求进行预测，在此基础上在产品研发、型号开发、物料优化和验厂标准等方面为供应商赋能，利用公司多年在海外深耕的优势帮供应商在海外进行布点，为供应商在渠道端助力。未来公司会轻制造、重服务，往微笑曲线的两端延展。

问题四：公司对于前装市场的规模以及收入的贡献是怎样展望的？

答：公司目前合作的有塞力斯华为问界 M5 等车型，去年一直在与一些头部整车厂进行洽谈。公司在 OEM 端分两步走，首先是依托我们的柔性化制造能力与一些有小批次需求的新能源厂商进行合作；其次我们面向新能源车的一些高速迭代的零件做了提前布局，例如去年在驱动电机轴承领域与国机精工的合作，这个产品大部分的市场份额被海外所垄断，急需国产替代。前装市场收入占比近几年不会很高，公司还是会以 AM 市场为主。

问题五：后市场与 OEM 端的价格差异大吗？

答：售后市场与 OEM 端的价格逻辑不同，OEM 强调单车价值，但售后市场取决于渠道下沉程度和型号的长尾程度，渠道越下沉、型号越长尾，价格就会更高，所以售后市场价格弹性非常大，但长尾型号的周转速度比较慢，所以需要严格控制库存构建的比例。

问题六：目前国内平均车龄比较短，对于国内后市场的情况是怎样预期的？

答：公司过去一直以海外市场为主，目前国内市场占比较小，汽车底盘零部件更换的爆发期是 8-9 年，国内目前的平均车龄为 6.5 年，部分老旧车型已达 9 年以上，其中行驶里程较长的达 20 万公里左右，底盘系统零部件的更换周期大约在 15 万公里，未来几年将面临底盘系统零部件更换的峰值，公司已经在国内大多数城市进行了全面布局，未来国内市场下游需求释放后，预期国内市场增长相比欧洲和北美市场会较快，因为欧洲和北美已经属于成熟市场了，而国内市场基数比较小，另外东南亚、亚非拉这些新兴市场预计也会保持较高增速。

问题七：公司 2022 年归母净利润预增 87.6%~113.2%，扣非后同比增长 144.8%~180.6%，业绩非常靓丽，主要得益于哪些方面？

答：2022 年业绩增长主要源于公司主业不断扩展和公司多产品线加载战略，主营业务不断稳健增长，其次得益于多方面利好因素共振。公司未来会持续在 20 个全球汽车保有量最高的国家进行布点，该投入是半固定式投入，意味着成本端不会随着规模扩张而增加，所以利润的增速逻辑上会高于收入增速，这是净利润增长最主要的原因。其次从战略端来看，多产品线加载对利润也有正向拉动作用，未来会加载更多新品类，外汇波动和大宗商品价格波动为业绩增长起到了部分拉动作用。

问题八：公司对下游客户的议价能力非常强，这一优势是如何建立起来的？

答：在汽车零部件领域中国制造非常强大，西方发达国家在该领域对中国制造具有非常强的依赖性，且国内供应链完备程度非常高，其次依托全球智慧供应链体系为客户提供完美的服务及满足其及时交付需求，这些优势都是公司深耕海外几十年不断建立起来的。

问题九：我们判断目前哪个市场的增长动能比较强，市场空间大概有多少？

答：各区域市场的表现各不相同，北美是一个统一大市场，经过几十年的充分竞争之后形成了寡头垄断，例如北美四大连锁。欧洲的鲜明特征是国别众多，这些国家的准入标准也有差异，从去年的情况来看，欧洲能源危机对售后需求增长反而是拉动的作用。原因在于能源价格抬升，导致中国的新能源整车出口受到了影响，所以售后市场需求反而是增加的。欧洲今年的情况还会在去年的基础上延续，北美区域也会保持稳健增长。公司未来业务增长的动能还是主要表现在多产品线不断加载，依托我们核心竞争力全球智慧供应链体系不断的从品类扩张上拉动公司业务增长。

问题十：请问我们自己生产的产品与加载产品的比例是怎样的，两者的营收能力的差异如何？

答：公司在新产品拓展上有分阶段的目标，首先加载的新品类的占比要达到一半以上，未来我们预期非自己生产的品类占比要达到70%以上。截至2021年，25%左右的营收来自于加载产品系列，75%左右来自传统自有品类。

问题十一：存货和应收账款的质量如何？

答：目前应收账款周转为60天左右，与公司合作的客户都是长期合作且有一定规模的优质客户。针对应收账款公司有完善的内外风险保障机制，为了确保款项及时回收，公司内部财务和业务部门每天会对订单应收账款进行跟踪管理，若出现逾期情况，销售人员会及时采取措施，外部措施主要为对每一笔订单进行投保，基于多重风险防范，公司也会选择信用优质的客户进行合作，所以我们的应收账款一直表现优异，从财报中可以看出公司在计提应收账款与坏账准备时较为谨慎。此外为了更好的满足客户需求，公司打造了全球仓网系统，海外仓库由资深仓库管理专家进行库存管理，及时满足市场需求。其次财务也会对库存进行实时监管，每个月都会对库存进行全面分析以确保库存周转效率。

问题十二：海外衰退趋势会对售后市场造成影响吗？

答：去年欧洲能源价格暴涨，部分国家出现能源断供，在该背

	<p>景下，七八月份中国新能源车出口销售的增量是断崖式下滑的，因为大家更换新车的动力不足，另外欧洲基础设施没有国内完善，部分小城市只能通过汽车出行，所以这对于售后市场是相对利好的。此外售后市场是一个存量市场，受宏观环境影响会有一些短期波动，但长期来看，是处于比较平稳的状态，所以总体来说影响不大。</p> <p>问题十三：各区域市场产品价格差异的原因？</p> <p>答：每个区域市场的定价方式不同，我们会根据所提供的服务进行价格调整，从产品自身来看各区域市场间的价格差异不大，但不同市场间的竞争格局不同，会呈现少量差异。</p> <p>问题十四：目前经销商的数量是什么情况？</p> <p>答：目前公司 1000 家左右的经销商，随着渠道不断下沉经销商的数量也会逐渐增加。</p> <p>问题十五：OE 和 AM 业务的毛利有什么区别？</p> <p>答：OE 整体的毛利略低于 AM 市场，所以公司的 OE 业务会选择与 AM 业务毛利相差不大的车型，同时主机厂愿意出钱购买公司柔性化制造能力，我们也会选择符合公司毛利率预期的车型。</p> <p>接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有涉及应披露重大信息的情况。</p>
附件清单（如有）	无