

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：2023-001

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"/> 线下策略会 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 一对一沟通
<b>会议情况</b>	
参与单位名称 (无先后顺序)	景顺长城、兴全基金、博时基金、乐雪资本、华安基金、银华基金、中信证券、中信建投、国海证券、复华信投、中银基金、中金基金、招商证券、永赢基金、海通证券、摩根士丹利华鑫基金、天风证券、浙商证券、中泰证券、华创证券、东方红资管、淳厚基金、光大保德信、汇添富、南方基金、易方达、安信证券、广发基金、嘉实基金、开源证券、华夏基金、平安养老、天弘基金、凯丰投资、交银理财、中欧基金、中金公司、华富基金、宝盈基金、万家基金、恒生前海、群益投信、泉果基金、华西证券、上投摩根、交银施罗德、富兰克林、瑞银(UBS)、富瑞金融(香港)、Point72、Mondrian、Schroder、Marshall Wace、BlackRock、FM First HK、JP Morgan、WT Asset、Wellington、CloudAlpha Capital、PAG Investment、Telligent Capital、BNP Paribas Asset 等近 600 名投资者参会交流
时间场次	2023 年 2 月 28 日-3 月 14 日，共计 25 场次
地点	电话会议、爱玛科技会议室
公司接待人员	董事、副总经理、董事会秘书：王春彦 证券事务代表：李新、马群博

## 互动问答

### 问题一、公司的利润率是多少？如何进行成本管控？

**答：**2022年前三季度，公司净利率7.98%、毛利率15.31%。

公司基于对消费者画像的精准细分、深度洞察，在研发过程中减少冗余功能、工艺、材料的浪费。同时，公司围绕“技术驱动、精益育成、数字运维”的制造体系，使产品更加快速的响应市场、提高产品成本竞争优势；技术驱动方面，公司实现了焊接无焊工及管料自动加工、涂装自动转印等技术，持续推进核心零部件的自制力；精益育成方面，以设定相关达成率为业绩指标进行激励，落实全面预算，平衡销售淡旺季产能安排与物料规划，提高原材料库存周转率，降低呆滞物料库存；数字运维方面，将制造过程进行信息化管理，优化多工序、多资源的调度流程，提升生产线效率。综上，通过多个维度的全方位管控及优化升级，有利于公司在保证产品质量的同时，达到降本增效。

### 问题二、公司的竞争优势？

**答：**公司坚持以科技、时尚作为品牌主张，以产品质量作为立足之本，以精准满足用户需求和提升用户出行体验为核心，将研发和产品创新作为提升公司产品竞争力以及实现公司长期战略的主要手段，从企划、研发、供应链、制造到营销、服务一体化进行了全生命周期的管理；公司与经销商、供应商之间保持着紧密的合作关系，以消费需求为导向，以科技、时尚为品牌主张，大力拓展经销渠道，形成了遍布全国的线下销售网络，实现了规模化经营和业务的快速扩张；随着产销规模的进一步扩大，公司持续优化供应链体系，建立良好的产供销协作机制，通过不断改进生产流程、优化生产工艺、提升产品性能、提高生产效率，进一步提升了规模效应和产品竞争优势。

### 问题三、公司今年还会继续扩张渠道吗？主要策略是什么？

**答：**公司持续将渠道建设与升级作为重点战略，延续渠道下沉策略，加强城市社区和乡镇的网点建设，增加终端门店数量。对此，公司建立了优胜劣汰的动态渠道管理机制，通过线上线下相结合、持续推进服务于个体门店的城市经理计划等方式对经销商、门店经理及产品导购进行全面赋能，在确保渠道体系良性发展的同时，提升终端营销能力和单店产出；同时，通过门店数字化和新线上零售平台搭建，实施全渠道营销数智化升级，全面提升门店运营效能。

**问题四：公司今年新品的推出节奏是什么？如何打造爆品？**

**答：**公司会根据市场情况持续推出新品；在新品开发上，公司及时并深刻理解消费需求 and 流行趋势，精准开发满足消费者差异化需求的重点车型，通过契合产品特质和消费群体的营销方法来提升产品的市场知名度和销量。

**问题五、公司的引擎MAX和引擎芯动力的优势是什么？**

**答：**公司于 2021 年推出了引擎 Max 能量聚合系统，2022 年升级研发了“引擎芯动力”能量管理系统，除公司自主研发并已获得发明专利的 SDS 智慧动力系统和 CES 制动能量回收系统外，还升级并引入 BMS 智能锂电安全管理系统、DMC 驾驶模式管理系统、GVC 加速控制系统以及 QEMS 全流程追踪质管平台等，能够在现有能源框架下优化能量利用，提升整车的续航里程和电池的使用寿命，为用户提供更智能、更舒适的骑行体验。

**问题六、公司认为行业发展的驱动因素是什么？**

**答：**公司认为行业仍有很大的发展空间，其驱动逻辑是：

(1) 政策方面，监管体系日趋完善，《新国标》及相关政策的落地实施，对于规范行业发展和竞争秩序具有积极促进作用，市场份额在逐渐向规范优势的企业集中；

(2) 社会层面，“低碳绿色出行”的共识、交通拥堵的日益严重、城镇边界不断扩大导致中短途出行的刚性需求增加等，让电动两轮车的受众更为广泛；

(3) 经济层面，居民对于更灵活机动交通工具的需求在扩大、以及交通成本优势使电动两轮车成为中短途出行的主要选择；

(4) 技术层面，电动两轮车原有技术体系的创新改进和网联智能化技术的应用，有利于产品获得更广泛的市场认可。

**问题七、公司有研究钠电池吗，目前是否已应用到电动两轮车上？**

**答：**公司持续关注新能源框架下的技术应用，成立了爱玛研究院，深入研究新动力技术在电动两轮车领域的应用，并进行技术储备。截至目前，公司暂未将钠电池应用于公司的电动两轮车产品中。

**问题八、公司总部在北方，今年会重点发展南方市场吗？**

**答：**爱玛的战略布局是广覆盖、高效率的，会在全国具有产业集群效应的区域建立生产基地，增加渠道网点，扩大辐射半径；目前，公司已有遍布南北方的生产基地，分

别为：天津、江苏（无锡）、广东（东莞）、河南（商丘）、浙江（台州、丽水）、广西（贵港）、重庆（铜梁）。

**问题九、公司如何开展海外业务并开发对应海外需求的产品？**

**答：**公司对全球主要市场的区域特征和消费习惯进行了系统分析，因地制宜制定市场拓展计划，采取本土营销团队与海外派驻营销团队相结合的方式，深入当地主要的消费市场，并根据海外需求，自主开发符合海外用户需求的高速电动摩托车、电助力自行车等多品类产品。

记录人

乔雅昕