

证券代码:688280

证券简称:精进电动

精进电动科技股份有限公司  
投资者关系活动记录表

编号:2023-012

投资者关系活动类别	<input 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 (请文字说明其他活动内容)	
参与单位名称及人员	长城财务 姜悦, 中食科创 朱佳欢, 西部电新 杨敬梅, 西部电新 刘小龙, 天襄资本 徐艳娟, 西部电新 陈龙沧,	
时间	2023年11月02日14:00-15:00	
地点	北京金融街 JW 万豪	
接待人员姓名	董事, 董事会秘书, 财务总监谢文剑	
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>问题 1: 请介绍一下公司的项目情况</b></p> <p><b>答:</b> 我们今年上半年北美的三合一项目投产, 目前正在生产爬坡阶段。北美的三合一因为配套的多个车型, 并逐一进入量产, 这些项目主要放量在 2024 年。今年下半年公司 (包括目前) 有 2 个新乘用车项目进入量产。其中一个是在上汽的混动产品, 另外一个是在奇瑞的混动产品。2024 年上半年公司的碳化硅控制器会进入量产。</p> <p>2024 年以上项目都会放量。公司在北美有一个乘用车项目自 2016 就已经量产, 今年全年都在供货, 而且数量有爬升。另外一个持续量产的项目是一汽红旗的两个产品。一款上汽的纯电动产品。另外, 公司仍然是吉利和小鹏的供应商, 但是今年出货不多。</p> <p><b>问题 2: 公司目前在市场上的排名如何?</b></p> <p><b>答:</b> 公司 2022 年, 在商用车领域, 估计占市场份额 12.16%, 据公</p>	

司自己估计这个排名应该还是比较靠前的。乘用车国内排名对各公司意义不大，因为公司有很大一部分乘用车产品是出口的。另外大家现在看到的排行榜不能反映一个企业的竞争力，市场上的排行只是一个简单的数量统计，比较片面，并且不准确。举个例子，比如在商用车市场，主机厂可以从多个供应商采购电驱动系统，但是贴主机厂自身品牌，这个做法很普遍。还有就是精进的电机产品会被集成到客户的系统里，比如电驱桥，此类都不会统计到精进的份额里，因为统计公司拿不动这类数据。还有其他问题，使得这些排名榜非常有其局限性。例如，这些排名无法体现企业的出口销量数据。精进 2023 年上半年主营业务收入的一半以上来自于海外。还有，这类排名无法体现企业产品的不同技术，无法体现不同定位的产品之间的差异，小到 15kW 大到 200kW 都算 1 台。无法体现企业对高中低端车型实现销售的差异，出售给售价 5 万元左右的车型的和出售给售价 50 万元的车型的产品都算 1 台。无法体现多总成产品的区别，比如单电机和集成化产品的差异。另外从主观上，公司有自己的定位，一些市场我们不参与，比如 30kW 以下的驱动系统，这类系统主要是配套 A00 级的车辆，而这个市场这两年占整个新能源汽车市场比例相当高。

**问题 3:如何看待主机厂参与这个市场，制造电机，会成为主流吗?**

**答:**这是我们经常被问到的问题，我们也没有标准答案，但是有一个自己的观点，供参考。

电驱动系统对生产企业的驱动电机设计能力、电力电子设计能力、控制算法优化能力、精密机械加工制造能力、成本控制能力等综合实力要求较高。同时，电驱动系统的设计和生产也需要大量的实践积累。

在新能源汽车行业，商用车比较普遍的模式是由第三方供应点电驱动系统。我们认为主要原因是商用车订单分散，品种多，单个主机厂如果自己生产驱动系统很难有规模效应。而且商用车传统

上,主机厂多是集成的业务模式。所以我们认为未来在商用车领域,无论是简单的电机,还是集成式的驱动系统,第三方供应驱动系统是主流的供应模式。

关于乘用车,我们认为未来主机厂自供和第三方供应商都会存在。乘用车市场非常大,两种模式都有存在的空间,因为各有优势。主机厂自建产线,供应链管理更加便捷,产品优化更加有针对性。第三方供货,会有规模优势,更加专业化,技术更新快,有成本优势。新势力车企需要把精力集中在造车的工作上,所以主要采取外采的模式。传动汽车行业一般既有内部供应也有外采模式共存。公司在国内和海外市场都有传统车企的业务,而且持续有头部主机厂发放未来项目的询价包。乘用车项目从发询价到量产一般都2年左右的事。所以从这个事实也显示了外采驱动系统仍然是传统车企一种重要的供应模式。

#### **问题 4: 公司上半年的收入为什么下降?**

**答:**今年上半年,公司营业总收入 39,000.94 万元,同比去年同期减少 11.71%。收入减少的原因是 2022 年同期公司有整车销售,而 2023 年上半年没有发生这部分业务。整车销售不是公司的核心业务,而且业务波动性比较大。剔除整车销售的影响,公司的“主营业务”,即新能源汽车电驱动系统和技术开发和服务收入为 38,478.28 万元,较上年同期实际增长了 8.71%,而且乘用车和商用车板块营业收入均有增长。乘用车板块的收入增长主要得益于海外客户需求的稳步增长。商用车板块,受客户需求拉动,在境内和境外的收入均实现了增长。公司北美三合一上半年投产,客户目前在起量,这个产品是一个平台级产品,涉及客户 5 个不同车型。客户的 5 个车型会按客户的计划逐一投产,不是一起投产。据公司了解,目前这几个车型里有一个进入量产,其他车型会在下半年和明年上半年逐步进入量产。一般整车项目都会有一个爬坡的过程,而且会有波动,特别是投产的第一年。

公司预计 2024 应该仍然保持一个较好的增长势头。

**问题 5：请说明一下收入，利润降低的原因？**

**答：**上半年的利润情况主要受这几方面影响：

首先，由于公司业务还不沟通大，收入规模仍然需要持续增长。当前收入规模产生的收益还没有达到能够完全覆盖固定制造费用，所以毛利率仍为负，但由于 2023 年上半年主营业务收入规模提升，摊薄固定费用，所以综合毛利率从 2022 年上半年同期的-3.84%提高到-2.74%，公司毛利润和毛利率均得到改善；

其次，虽然公司毛利率及毛利润得到改善，但销售费用为 2,801.07 万元，较 2022 年同期增加 471.98 万元，主要是因为产品销售增加，按比例计提的质保金增加；北美公司业务规模扩大，仓储费用随之增加；为了争取新客户扩大销售，公司增加了宣传，展会方面也造成销售费用增加；研发费用为 8,944.84 万元，较 2022 年同期增加 552.69 万元，主要是因为公司为提高竞争力和开拓新市场，持续投入研发工作，提升新产品和进行关键技术储备。

除以上期间费用的变化以外，报告期公司信用减值损失为 1,433.59 万元，较去年同期增加 1,423.78 万元，信用减值增加的原因是公司对一些财务情况较差，发生应收账款逾期的客户应收款进行了减值处理。上半年，公司发生的资产减值为 2,592.36 万元，较去年同期增加 1,500.22 万元，主要原因是不同期间存货可变现净值和存货价值变动造成。还有就是公司所得税费用为 151.35 万元，较去年同期增加 1,809.65 万元，主要系 2022 年同期公司收到政府补贴形成的可抵扣暂时性差异计提递延所得税费用较大造成，这个计提对 2022 年的利润产生了正面的影响。2023 年没有这个计提。

**问题 6：公司的研发订单情况**

**答：**目前公司收到的研发订单比较充裕，研发订单超过 5 亿元。因

为研发项目时间比较长，公司一般要求要求研发订单有部分是预付款，其他的按项目进度付款。我们的研发项目大部分会在未来 24 个月内陆续完成。

#### **问题 7：未来公司发展战略是什么？**

**答：**这也是每次投资人必问的问题之一，公司发展战略主要有以下几方面：

定位全球高中端，提升销量；保持研发投入，研发创新杀手锏产品，提高产品议价；继续精益生产，提高效率，降低成本。

第一，定位全球高中端，提升销量。公司将积极拓展国内外优质客户，构建乘用车商用车全谱系产品，并聚焦高中端领域的市场爆发的机遇，抓住乘用车 B 级及以上车型、高中端 SUV 车型电动化加速带来的产品需求，不断提升公司产品的附加值，进而提升公司的盈利能力。

第二，保持研发投入，研发创新杀手锏产品，提高产品议价。经过多年的技术积累，公司在新能源汽车电驱动系统的技术研发方面位居行业前列，一些产品的市场占有率在国内处于领先地位。公司产品在最大功率、最大扭矩、峰值效率、高效区间占比、功率体积密度水平、功率质量密度水平、振动噪声控制水平、动力换挡平顺性、系统整体效率和高系统集成度等指标方面具备突出的优势。

随着终端消费者对于新能源汽车性能要求的不断提高，整车企业也会对电驱动系统性能提出更高的要求，公司在完成国家课题类研发和客户产品类研发之余，将持续投入前瞻自研类研发，对可能影响电驱动系统行业未来发展的技术创新与工艺改进，提前布局。通过从“0 到 1”的原创性、自主性研发，为持续推出有竞争力的产品奠定基础。

第三，继续精益生产，提高效率，降低成本。在提升销量和继续巩固公司技术优势的同时，加强成本管控也是公司 2023 年和今后几年的重点工作之一。

	<p>公司将在保持和提升技术指标和质量水平的同时，持续优化采购管理和生产体系管控，提升原材料的采购规模和议价能力，改善供应链，建立价格评估体系和价格波动应对体系，应对材料价格的波动。2022 年公司全方位实施了降本措施，一方面积极开发新供应商，引入更加有效的竞争机制，降低原材料采购成本；在另一方面，公司的研发和工程部门系统性地对现有在产和在研产品进行了全方位地成本优化。公司从产品设计入手，应用新材料、新工艺及更加优化的设计对产品进行用料优化和制造工艺优化等措施加强成本的管控，降低产物材料成本和制造成本。2023 年，公司将继续加强各项降本措施，由总经理亲自挂帅，更深度地挖掘研发和工程部门对现有在产和在研产品全方位成本优化的潜力；重点整合供应链，积极发挥采购规模优势，进一步降低原材料采购成本；在运营方面全力挖潜，提高人员和设备销量，降低生产运营成本。</p>	
<p>附件清单 (如有)</p>	<p>无</p>	
<p>日期</p>	<p>2023 年 11 月 2 日</p>	