

证券代码：301345

证券简称：涛涛车业

浙江涛涛车业股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2024-001

投资者关系 活动类别	<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 checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他（电话会议）
参会机构	易方达基金、富达基金、海通证券、上汽金控
调研时间	2024年1月26日、29日、30日
地点	电话会议、公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事、董事会秘书、财务总监：孙永 证券事务代表：卢凤鹊
投资者关系活动 主要内容介绍	<p>1、公司出口美国的产品之前是否都被加征了关税？关税对公司有什么影响？</p> <p>公司出口至美国的产品部分被加征了 7.5%-25%的关税。关税对公司业务造成一定影响，但公司积极采取措施予以应对：1)对于被加征关税的产品，公司在美国子公司销售时适当提高售价，以转嫁关税影响；2)持续加大美国市场以外的开发力度，通过多区域经营拓展其他地区的销售市场。2023年，公司在俄罗斯、墨西哥、土耳其等地区取得了良好的业绩增长；3)加速构建全球化生产布局，除中国工厂外，越南工厂及美国工厂的筹建工作亦在逐步推进中，公司正全力打造中国、越南和美国等三大制造基地为主的世界工厂格局。</p> <p>尽管公司出口至美国的部分产品受到关税影响，但公司通过有效成本控制、高效产品研发、自有渠道和品牌等</p>

优势,牢牢把握对客户的主动议价权。公司 2020 年至 2022 年的净利润率稳定在 10%以上,持续实现良好的经营业绩。

2、越南工厂是主要生产全地形车产品线吗? 2024 年越南工厂布局和整体规划如何?

越南工厂主要负责公司特种车和电动低速车等产品及配件的生产、销售,其中包括销往美国市场的小排量全地形车,产能将随着市场需求和行情变化等逐步增加。目前,公司正加快推进越南项目的建设进度,其中:越南工厂的投资许可证和营业执照已办妥,厂房在装修中,设备已预订,计划在 2024 年 6 月左右投入生产,届时将进一步提升公司的制造实力。

3、美国工厂现在是否已经开始组织生产? 为何选择美国建厂?

目前,公司电动高尔夫球车产品已经在美国工厂开始组织少量生产。

选择美国建厂主要有以下几点: 1) 考虑到电动高尔夫球车的体积较大,运费成本较高,本土化生产可以有效降低运输成本; 2) 美国作为全球电动高尔夫球车市场的重要阵地,本土化生产能够更快地响应市场需求,比如满足美国当地消费者对于产品挡风玻璃、坐垫、轮毂等加装及其他个性化改造等需求; 3) 选择在美国生产,有利于增加“美国制造”元素,有效提高公司品牌在美国市场实现更深层次的渗透,获取当地消费者信赖。

基于成本、市场响应速度以及本土化生产的考虑,公司选择在美国设立工厂,这一决策将有助于提升公司电动高尔夫球车在美国市场的竞争力,有效和快速地获取市场份额。同时,美国市场需求的增量也会给公司电动高尔夫

球车业务带来更多的增长。

4、公司电动高尔夫球车近期业务进展如何，以及如何竞争？

近期，公司电动高尔夫球车业务呈现良好的发展势头，DENAGO 品牌产品在全球顶尖高尔夫 PGA 展会上获得众多参会人员的认可和好评。国内工厂目前正在加快生产进度，陆续往外发货。在拓展电动高尔夫球车市场方面，公司将通过高端经销商和大型专业商超两大渠道以保证新品投放，公司已拓展高端经销商 60 多家，并和美国当地多家头部经销商达成合作意向；同时已入驻 TSC 商超 300 多家门店，后续入驻门店计划扩展到 1000 多家，将为公司带来可观的业绩增长。

公司电动高尔夫球车的竞争策略：1) 本土化运营：公司深耕北美市场多年，对美国本土市场有深入了解，便于为当地消费者提供更高效率的售后服务；2) 产品力：公司电动高尔夫球车采用行业最新外观设计，时尚大方；结构设计合理，驾乘舒适；铝制车架，轻便坚固；搭载车机系统，操作便捷；3) 成本控制：公司位于永武缙千亿五金产业带，拥有完善的配套供应链；70% 的核心部件自研自制，包括注塑件、车架、电机、电池 PACK 等，有效降低成本、提升品质。同等配置的产品，公司的电动高尔夫球车更具性价比。

5、小排量全地形车出口数量排名前列，大排量全地形车抢占市场的主要策略是什么？

2024 年，公司的大排量全地形车-300ATV 已获得欧盟 T3B 认证，在手订单已经陆续生产和出货，将主要进入欧洲市场；550UTV 已获得 EPA 认证，将进入美国市场；小

排量全地形车 2024 年计划进入北美高端经销商网络。公司全地形车产品核心部件自研自制为主，能够有效降低成本，让经销商获得更高的毛利。同时，公司具备优质的售后服务能力，近 5000 平方米的境外仓库专门存放各类配件，便于客户采购和售后维修，以最大程度地提升客户体验，提高企业信誉，进而扩大产品在市场中的占有率。未来，大排量全地形车将逐步进入高端经销商渠道，市场销售将进一步拓展。

6、EBIKE 2023 年 1-6 月销售增长较快，为确保持续增长，2024 年的竞争策略有哪些？

基于双品牌多渠道策略，公司建立了包括大型商超、自有网站、第三方电商平台、经销商等在内的线上、线下立体式营销网络。目前，公司 EBIKE 的高端经销商有 300 多家，并已进入沃尔玛、Target、Bestbuy、Academy、Kohl's 等大型商超。公司 EBIKE 产品在北美亚马逊的电动自行车类目中，排名靠前。同时，公司持续加大自建站和品牌的建设投入，并与谷歌等开展进一步的广告合作。基于此，公司 EBIKE 在 2023 年的业绩增长符合预期，对 2024 年取得良好增长充满信心。

7、仓储式销售模式的优势？

公司仓储式销售模式具有以下特点：1) 缩短流通环节，公司可获得更大利润空间；2) 贴近消费者，提高市场响应速度，满足客户需求；3) 自主控制发货时效，避免受制于第三方物流公司，提高运营效率；4) 降低各渠道备货压力，减轻客户合作顾虑，便于拓展市场；5) 售后服务便捷，便于实现售前售后全流程管理，提升用户体验，进而增强品牌影响力和渠道议价能力。公司仓储式销售模式结

合北美本土化运营的长期积累，逐渐形成一定的竞争壁垒，有助于公司巩固市场份额，在激烈竞争的市场环境中持续领先。

8、公司净利润率基本维持 12%左右，比其他企业净利润率高的原因是什么？

公司净利率较高，主要得益于公司融合了成本制造端与品牌渠道端的两端一体化优势。在成本制造端，公司具备高自制率的核心部件生产能力，自制率高达 70%，从而有效降低了生产成本。在品牌渠道端，公司在美国设立销售子公司，主要以自有品牌进入经销商和商超，减少中间代理商环节，实现了各渠道的自主可控。此外，公司还注重高效率的运营管理，通过精细化运营和高效团队协作，进一步提升了盈利能力。上述因素共同使得公司净利润率较高，在市场竞争中表现良好。未来，公司将继续发挥这两端优势，保持良好的净利率水平。

9、公司今后资本支出的规划？

据公司已公告的决议，公司将使用人民币 35,000.00 万元用于投资建设“年产 4 万台大排量特种车建设项目”；使用不超过 7,200 万美元投资建设“年产 3 万台智能电动低速车建设项目”和“营销网络建设项目”；规划投资 460 万美元在越南建造工厂，进行特种车和电动低速车等产品和配件的生产、销售，并根据情况适时加大投资力度。

10、公司 2023 年业绩如何，2024 年一季度同比是否增长及全年展望？

公司 2023 年经营情况良好，符合预期目标。基于新老业务的共同发力，公司对 2024 年一季度和全年业绩增

	长充满信心，公司未来将持续向好。公司原有产品如小排量全地形车、越野摩托车、电动平衡车、电动滑板车等随着渠道的优化、产品类目的增加以及产品的不断升级，预计每年将保持平稳增长。新产品如电动自行车、电动高尔夫球车和大排量全地形车，将随着新品放量给公司带来第二曲线的增长。
附件清单（如有）	无
日期	2024年1月30日