

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：2024-003

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	华创证券、鑫元基金、招商证券、粤民投、浙商证券、中银基金、华夏基金、中信建投、海通证券、上银基金、百年保险资管、东北证券、财通基金、华安基金、交银施罗德、兴证全球、东方红资管、平安资管、太保资产、睿远基金，共计 20 家机构 37 人。
调研时间	2024 年 3 月 14 日上午 9:30-11:00 2024 年 3 月 14 日下午 13:30-14:30 2024 年 3 月 15 日下午 14:00-15:00 2024 年 3 月 15 日下午 15:30-16:00 2024 年 3 月 18 日下午 14:00-15:30 2024 年 3 月 19 日上午 9:30-11:30 2024 年 3 月 19 日下午 12:30-14:00
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：卢凤鹞
投资者关系活动 主要内容介绍	1、公司 2024 年经营目标制定情况？ 2024 年，公司将继续加大研发投入，持续打造自

有品牌和拓展自有销售渠道,进一步加强企业核心竞争力,扎实做好企业基本面。针对具体产品来说,小排量全地形车、电动滑板车、电动平衡车等产品进行渠道优化和品质升级,提升核心竞争力,力求保持平稳增长;电动自行车、电动高尔夫球车、大排量全地形车等产品,将持续加大研发投入、提高产能水平,拓宽销售渠道、扩大市场份额,预计将陆续成为2024年及今后几年的增长新引擎。公司一直努力经营,力争取得较好成绩,为股东创造更大的价值。

2、越南工厂目前建设进度情况?

公司越南工厂的建设正按计划进行中,目前的工作主要集中在厂区的装修、设备的采购、人员的招聘和培训上,最快预计于今年二季度开始投产运营。

3、公司回购股份的目的及用途? 目前回购的情况如何?

基于对公司未来发展的信心和对公司价值的认可,为增强投资者对公司的信心、维护广大投资者的利益,进一步完善公司长效激励机制,调动员工积极性,提高凝聚力和企业竞争力,促进公司健康、良性、稳健发展,在综合考虑企业发展前景、财务状况以及未来盈利能力的基础上,公司决定使用自有资金回购部分股份,回购股份将在适宜时机用于员工的持股计划或股权激励计划。

截至2024年2月底,公司累计回购139,900股,占总股本比例为0.13%,支付资金总额为人民币7,369,528元(不含印花税、交易佣金等交易费用)。

4、公司后续会有汇率锁定措施吗？

一直以来，公司安排专人实时关注国际国内市场环境变化，紧盯汇率市场走势，持续跟踪外汇衍生品公开市场价格变动情况。2024 年及以后，公司也将结合汇率市场的变动、具体的收汇情况等，并根据公司实际情况适时适额通过套期保值、汇率锁定、售价调整等方面来规避汇率波动风险。

5、年前海运费有所增加，对公司毛利率有所影响吗？

受红海问题影响，2024 年 1-2 月公司运往北美货物的海运费有一定幅度的增加，其对公司产品的毛利率有所影响，预计总体影响不大。如果海运费持续大幅增长的话，公司会考虑通过调整售价来保持公司的净利率水平。

6、公司 2024 年费用方面会有所提升吗？

2024 年，公司将根据产品市场销售和自有品牌建设等情况，持续加大研发投入和品牌打造力度，力争将更多的产品投放市场和销售出去，相应的研发费用和销售费用也会随销售增长而有所增加。

7、公司自建站是什么样的模式？

通过多年努力，截至目前公司在美国已打造了多个自有网站，主要以自有品牌销售小排量全地形车、越野车、电动滑板车、电动自行车等产品及相关配件，实现了“国内制造”与“国外零售”的深度结合，产品直达美国终端消费者，没有任何第三方的中间环节，销售方

式灵活可控,其相应的毛利率和净利率也处于一个较高的水平。一直以来,公司都将自建站的销售渠道作为重点来打造,今后也将持续加大自建站的建设力度。

8、美国库存水平如何?

受公司“仓储式销售”模式的影响,美国库存往往会随着销售的增长而扩大。2023年,公司通过加强对美国库存的管理、合理安排国内生产、持续关注长库龄情况、旺季促销等手段,以进一步优化美国库存水平。截至2023年末,美国总体库存水平处于合理、可控的状态。

9、公司线上线下销售增速如何?

公司建立了“线上线下、协同发展”的立体式销售网络,各渠道销售稳定,其中:线下销售包括Walmart、TARGET、ACADEMY、BestBuy等大型知名连锁商超、批发商零售商、经销商等;线上销售包括亚马逊跨境电商、沃尔玛和EABY等第三方网站以及多个公司自有网站。公司线上线下的销售情况会随着产品特性、地区经济、客户订单、消费者需求等因素发生变动,波动幅度不一。2024年,公司将持续打造自有品牌,进一步优化线上线下的销售渠道,努力扩大市场份额。

10、全地形车小排量和大排量的销售渠道一样吗?

公司小排量全地形车主要通过线下商超、经销商、批发商零售商等渠道,以及线上的自有网站进行销售。目前,公司大排量全地形车销售还不多,初步销售渠道为线下的商超、经销商、批发商零售商等,除了线上销

	<p>售渠道外，其余渠道有较多的重合度。</p> <p>11、怎么看高尔夫球车的竞争格局？</p> <p>随着越来越多的厂家进入高尔夫球车市场，高尔夫球车的销售竞争日趋激烈，公司对于高尔夫球车的竞争情况也做了充分的认识和准备。2024 年，公司将继续加大研发投入，进一步提升产能水平，持续开拓销售渠道，努力做好生产端的质量与成本控制、销售端的自有品牌和渠道建设，力争高尔夫球车成为公司销售增长的新引擎。</p> <p>12、目前高尔夫球车的产销情况如何？</p> <p>目前，公司高尔夫球车在北美商超和经销商渠道的铺货情况在陆续展开中，但公司原有的生产场地、产能布局与市场需求尚未完全匹配，公司正努力调整和改善高尔夫球车的生产状况。随着新产线的投入、主要部件产能的优化和提升以及美国组装工厂的进一步扩展等方面的完善，公司高尔夫球车的产量也将逐步满足客户订单的需求。</p>
附件清单（如有）	无
日期	2024 年 3 月 19 日