

格力博（江苏）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 checked="" 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 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姓名	财通证券、招商证券、天风证券、民生证券、光大保德信、高毅资产、神采资产、广发基金、西部证券、诺安基金、人保资产、易方达、长信基金、永赢基金、南方基金、华安基金、东证资管、银河基金、招商基金、嘉实基金、博时基金、中欧基金、交银施罗德基金、东方红资产等
时间	2024年4月30日9:30
地点	公司会议室
上市公司接待人员姓名	董事长陈寅先生 财务总监、董秘徐友涛先生 投融资总监蒋晔先生
投资者关系活动主要内容介绍	<p><b>董事长陈寅先生：</b></p> <p>在和大家交流之前，我想代表整个管理层，就2023年的业绩表达歉意。2023年的业绩出乎我们的预料，与2022年相比，落差也非常大。在过去一年中，格力博的核心竞争力显著提升，我们的产品、制造能力和渠道建设都有了很大的进步，但面对下游零售商去库存挑战时，公司的反应速度还不够快。我们未能预料到客户品牌会有较大下滑，以及大客户如亚马逊坚决减少库存的决定。这些因素导致我们的销售额二十年来首次出现了下降。</p> <p>回顾过去一年，我们认识到在费用控制上没有做得足够好。如果能重新经历这12个月，我们会更严格地控制非核心部分的费用，确保节省下来的资金能够更有效地使用。从2024年1月份开始，我们采取了一系列措施，进行了公司内部的大量调整，包括自公司成立以来最大规模的人事调整，但在压缩费用的同时，确保不会影响公司的核心利益。</p> <p>这些调整显著提高了我们的运营效率，所有员工都增强了成本控制意识。我们还实现了组织结构的扁平化，减少了人员臃肿，提高了效率。目前来看，这些调整非常成功，我们预计2024年的整体费用将比2023年大幅下降。</p> <p>2023年对我们管理层来说是一个宝贵的教训。我们已经做了很多反省和调整，我们有信心，在2024年实现更好的业绩，并为未来三到五年的国际竞争做好准备，希望在2024年及</p>

以后的每一年都能够表现得更加稳健和健康。

**问题 1：目前公司商用产品的进展是否符合预期？**

回复：公司执行的是产品主导战略，通过持续大量的研发投入，向市场推出令客户满意的产品来占领市场和提升竞争力，在商用领域的开发也不例外。2023 年，公司推出了 82V 全系列商用产品，该系列产品以锂电商用割草车 OptimusZ 为核心，通过持续高水平的研发投入，进一步推出了手持式、手推式系列产品，还推出了为商用产品配套的移动储能装置，以解决绿化园林公司的“里程焦虑”。

目前公司商用系列产品已经由点到面，形成全覆盖，可以满足绿化园林公司所有的需求。经过 2023 年市场的检验之后，公司感觉到商用领域的挑战是巨大的。虽然公司产品在整个行业里面走在最前面，但是商用市场对于一个企业的要求，是一个综合性的要求。所以，商用系列产品还是刚刚开始。时间上，公司很多产品将在今年二季度开始上市，所以 2024 年还是逐渐布局阶段，希望在 2024 年三季度开始商用系列销售会逐渐上升。后续公司将产品的优势延伸至渠道，并加强售后服务能力。

**问题 2：去年客户品牌业务下降的很厉害，今年预计发展情况如何？**

回复：今年一季度，客户品牌业务发展比较好，主要还是因为去年下游零售商去库存对这些客户的影响比较大，今年开始随着下游零售商补库需求，这些客户也开始进入补货周期，根据目前公司在手订单，我们预测客户品牌业务在今年会有大幅度的提升。

**问题 3：对于商用领域锂电产品替代汽油动力产品的前景，公司是如何判断的？**

回复：整体来讲，油改电的趋势是毫无疑问的，但是挑战也是巨大的。毕竟在这个领域，汽油动力的产品被使用了几十年，很多从业者都习惯了汽油动力产品。所以，虽然锂电取代汽油是不以人的意志为转移，但是这个过程会经历一个比较痛苦的铺垫期，然后才会迎来上升期。目前来看，还是处在铺垫期阶段。公司在这个领域投入是从 2017 年就已经开始了，近年来做了很多艰辛的投入，公司相信没有耕耘就没有收获。目前我们已经从点的优势发展到面的优势，所以格力博在同行业里面是最具有机会和实力，能够在行业开始高速上升的阶段，保持住行业第一，这也是为什么我们目前为之努力的原因。

**问题 4：加州燃油禁令目前实际落地情况怎么样？**

回复：美国加州要求，从 2024 年 1 月 1 号开始，新销售的

小型发动机产品，如吹叶机、割草机、链锯和高压清洗机等，实现零排放。无论是零售商还是经销商，只能采购锂电动力的 OPE 设备在加州销售。加州的人口占全美大约 12%至 15%，GDP 也与之相当。得益于气候适宜和人口集中，加州对 OPE 的需求非常大，规模约占全美超过 12%。现在加州的大部分的经销商都是在囤货汽油动力的产品，主要是基于这些产品将要在市场上消失，但是这个现象延续的时间不是以年计算，而是以月计算。因为法律规定，他们只能销售 2023 年生产的汽油动力产品，随着这部分产品销售完毕，这些经销商只能售卖锂电产品，预计最迟今年底就会完成转换。所以公司非常重视加州市场，去年就已经开始布局。

**问题 5：目前公司账上存货大概 20 亿左右，其中高价库存还有多少？什么样的库存水平对公司而言是比较有利的？**

回复：按照现在的去化速度，高价库存有望在今年内去化完成。反映到 2024 年的业绩，还是会有几个点的影响。到 2025 年这块影响就基本上完全没有了。可以说 2025 年公司会是轻装上阵，有希望回到正常的利润水平。

截至今年一季度末，公司存货余额 20.75 亿，里面包括了所有的零部件和产成品。自有品牌业务和客户品牌业务对存货的要求是不一样的，前者需要保有一定量的存货，满足客户随时补货的需求，而且公司产品种类较多，这方面的要求更是高于同行，事实上，有些产品已经到了缺货的警戒线，所以我们正有针对性的做一些产品的补货。整体来讲，按照目前的趋势，保持 16 亿的存货余额，对公司是比较有利的，所以今年公司还是会持续执行 降库存策略。

**问题 6：公司与 Lowe' s 的合作是否有回升的可能？**

回复：基本上现在双方的关系已经从最低谷走出来了，并且一直在上升的过程中。现在公司除了给 Lowe' s 代工超市品牌外，自有品牌的清洗机还是在门店内销售，今后还是会延续自有品牌+代工模式的组合，只不过产品种类会更加丰富。

**问题 7：去年亚马逊去库存对公司的销售影响很大，今年公司对亚马逊的销售情况如何？**

回复：事实上，去年亚马逊终端的销售还是比较正常的，但是由于执行去库存政策，大幅度降低自身库存，降低了对公司的采购金额，导致扣款比例较高。随着去库存达到预期目标后，亚马逊的库存水平已经是降到很低的位置，所以今年向公司采购开始恢复，预计今年的销售额会比去年显著上升。

**问题 8：STIHL 向公司采购商用割草车的原因是什么？**

回复：公司为 STIHL 贴牌 O p t i m u s Z 产品，这项合作

	是去年3月份确定的，今年1月份开始大规模出货，主要还是基于产品本身的竞争力，这项合作对双方都是有利的。
附件清单（如有）	
日期	2024年4月30日