

证券代码：601311

证券简称：骆驼股份

骆驼集团股份有限公司

投资者调研沟通活动纪要（2022年8月）

活动类型	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师/投资者会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input checked="" 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"/> 现场调研 <input type="checkbox"/> 其他_____
主要参与单位名称	2022年8月：开源证券、国信证券、华安基金、3W FUND MANAGEMENT、南方基金、汇丰晋信、浦银安盛、东方证券自营、东证资管、广发基金、易方达、鹏华基金、华润元大基金、嘉实基金、交银施罗德、融通基金、安信基金、海富通基金、农银汇理基金、大成基金、清和泉资管、平安资管、中银基金、招银理财、真科基金、太平资产、睿亿投资、展博投资、天治基金、恒识投资、源闾投资、方正富邦基金、上海银行、前海湓洋资本、同犇投资、九泰基金、世纪致远私募基金、宁涌富私募基金、沅京资本管理、前海华杉投资、Manulife、磐厚动量、Broadpeak、Millennium、民生加银基金、高信百诺、九颂山河、正圆投资、中信建投、招商证券、天风证券、海通证券、中银国际证券等 2022年8月24日：2022年半年度业绩说明会（上证路演中心线上召开） 2022年8月25日：2022年半年度业绩说明会（价值在线线上召开）
地点	公司会议室、线上
公司主要接待人员	董事长、独立董事、董事会秘书、财务总监等

主要交流问题:

1、上半年公司主要产品销售推进情况?

①汽车低压铅酸电池业务

国内市场:主机配套方面,公司积极应对今年新车市场结构调整的不利局面,加大了对乘用车,尤其是新能源汽车客户的开发与维护,不断优化客户结构及产品结构。上半年,公司新能源汽车辅助电池销量同比增长约 325%,启停电池销量同比增长 21%,其中启停 AGM 电池销量同比增长 54%;维护替换市场方面,公司继续推进渠道建设与品牌管理,持续开展“优能达”体系的建设工作,累计完成 2400 多家“优能达”服务商及 71000 多家“优能达”终端商的建设,并通过远程服务+“优能达”售后工具的推广,充分发挥“优能达”体系渠道优势,提升服务的时效性与规范性,增加终端商粘度,同时,开展品牌差异化运营,采用数据结合市场行情的方式,通过对不同品牌数据分析及试点区域走访验证,从多个维度制定各销售区域的改善提升方案,强化管理,提升销量。

国外市场:2022 年上半年,尤其是第二季度的内陆货运、内河航运受到一定抑制,大部分出口产品无法及时发送至远洋航运港口。今年 4 月份以来,运力紧张的局面并未得到有效缓解,加之欧美货运优先采购其他品类货物,公司国外市场销售面临一定压力。为此,公司加大了与远洋航运企业的合作,增加了多个港口出口货物的交付力度。同时,公司还加大了营销力度,通过多种方式进行品牌宣传,实现了 Perodua、KIA 两个项目定点。此外,公司加快海外马来工厂二期的扩建和北美生产基地的建设,就近布局,提升客户服务的时效性和满意度。

②汽车低压锂电池业务

上半年,公司汽车低压锂电池业务通过积极进行项目对接与平台建设,实现了北汽福田、广州汇天、东风、吉利、华菱、三一等 9 个项目定点,汽车低压锂电类产品累计销量同比增长 428%。

③储能业务

公司储能业务有序推进,完成了工业储能风能产品、户用储能堆叠式和一体式系列产品的研制,推出了 5KWh 至 20KWh 可满足不同家庭需求的多款户用储能产品,与三峡电能能源管理(湖北)有限公司合作的 1GWh 储能智慧综合项目一

期正式开工，其中 50MWh 工业储能项目预计今年 9 月完成并网验收。

2、新能源汽车辅助电池容量较传统汽车容量有所降低，如果未来新能源汽车渗透率进一步提升，汽车低压电池市场规模是否会下降？

数据显示，新能源汽车销售步入高速发展期，其销量从 2020 年的 120 万辆跃升至今年前 7 个月的 273 万辆，今年 1-7 月销量同比增速约 122%。目前，无论是传统燃油车还是新能源汽车，低压电池的工艺路线主要分为普通富液电池、EFB（增强型富液电池）、AGM（贫液电池）以及极少量的低压锂电。

新能源汽车辅助电池容量通常为 40-55Ah，低于传统燃油车普遍 50-80Ah 的容量区间。但新能源汽车电子化和智能化的程度较传统汽车更高，对低压电池的快速充放电、循环次数等参数要求更高。因此，新能源车企对工艺和性能更好的 EFB 和 AGM 电池需求量逐步增大，EFB 和 AGM 的销量占比将稳步提升。新能源汽车渗透率的提升，有利于低压电池市场结构的优化。此外，传统汽车市场中，乘用车启停电池和商用车驻车空调电池（AGM 工艺）渗透率的增长，也将有效提升整个汽车低压电池市场的整体规模。

3、公司的储能业务，现在进展的情况如何？

公司重点推广工商业储能、户用储能以及便携式储能产品。工商业储能方面，公司已与三峡电能能源管理（湖北）有限公司签订了总量不低于 1GWh 的合作协议，以及首批 50MWh 的供货合同，目前已完成首批合同的大部分主体工作，分阶段交付了产品，预计 9 月份可完成并网验收工作，其他与三峡等大型能源集团的洽谈项目正在持续推进中。海外储能市场方面，公司主要产品以户用储能和便携式储能为主。借助海外 B 端销售渠道，公司将户用储能产品通过经销商和安装商在北美、欧洲、东南亚、非洲等地进行销售。

4、动力电池回收业务如何推进？公司现在的综合回收率多少？

锂电回收业务方面，公司积极对接上下游客户和资源，目前已搭建了稳定的回收渠道，同时开展了新产品体系的开发，包括：磷酸铁产品开发中试、8 系和 9 系前驱体产品中试、以及推进多项合规运营及认证等。镍、钴、锰等金属材料

的回收率超过 95%，锂盐类产品的综合回收率在 80%以上。公司计划总体投建 10 万吨废旧锂电池回收项目，目前已完成部分基建工作，正在进行设备和产线调试的前期准备工作。

5、贵司的铅酸电池占公司整体比重较高，在新能源的发展趋势下，公司打算如何尽快提高新能源车所适配的电池销售占比？

目前市面上绝大部分新能源汽车辅助电池仍使用低压铅酸电池，公司的低压电池产品包含低压铅酸电池及低压锂电池，普遍适用于从传统燃油车到新能源汽车的各种车型。针对新能源汽车，公司可提供低压铅酸电池及低压锂电池产品两种不同的解决方案供客户选择，一方面，公司积极维护现有客户，促进客户产品的升级与切换，另一方面，公司积极拓展新客户，目前公司新能源汽车辅助电池客户已覆盖统燃油车企如长安、奇瑞、大众、长城、奥迪、吉利、比亚迪等，及造车新势力如零跑等。公司低压锂电池产品已获得 BMW、北汽、三一、陕西重汽、中国重汽等多家主机厂定点。上半年，公司新能源汽车辅助电池销量同比增长约 325%，公司将持续与新能源车企进行对接，提供不同的产品方案以满足客户的不同需求，不断提升产品销量。

6、请问北美工厂今年可以生产吗？

国际化是公司发展的重要战略。近年来，公司先后在美国成立了先进电池研发中心、销售中心，北美工厂也于 2022 年 8 月 8 日开工建设，预计 2023 年一季度建成投产，将具备 200 万只电池的产能。北美工厂的建设，意味着公司将正式从蓄电池的进口商，成为美国本地的电池制造商，是公司产品国际化和本土化战略的重要一步，公司也将逐步进入本地主机厂核心供应商，不断提升本地市场占有率。

7、今年上半年的业绩同比降幅较大，主要影响因素有哪些？目前国内部分地区仍然有疫情，这对公司的经营是否有影响？

今年上半年，生产要素成本居高不下、（货运航运）运价高企运力受限以及部分地区工商业经济活动放缓等因素制约了汽车产业的发展，公司的经营和业绩

受到一定程度的影响。此外，部分投资项目受资本市场影响，拖累了整体净利润水平。

目前疫情情况逐渐好转，大部分车企已复工复产，公司6月配套市场销量环比上升80%，但国内部分地区仍存在疫情，对运力运价存在一定的影响。公司在全国范围内加强了中心库和区域配送中心的货物交付能力，有效提升前装市场的客户服务水平以及后市场销售终端的覆盖力度，目前整体销售情况得到明显改善。

8、从中长期看，支撑公司业绩和未来发展驱动因素有无变化？公司未来几年发展前景如何？

公司成立40多年来，持续深耕汽车低压电池领域。近年来，公司主要产品在国内主机配套市场和维护替换市场的市占率持续提升；海外市场销售快速放量；在行业内较早开始研发汽车低压锂电池，率先推出适用从传统燃油车到新能源汽车的多种低压锂电产品。

受益于汽车产业电子化、智能化等技术的推进以及节能环保政策的支持，汽车电子电路系统对低压电池的容量和工艺均提出了更高的要求。因此，汽车低压电池领域的市场规模仍将维持扩张。公司深化双循环产业发展，推进不同技术路径的汽车低压电池技术，加速产品迭代升级，不断强化核心竞争力，力争在做好企业经营发展的同时，为客户提供优质的产品和服务。