

证券代码：837242

证券简称：建邦科技

公告编号：2025-026

青岛建邦汽车科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

一、投资者关系活动类别

- 特定对象调研
 业绩说明会
 媒体采访
 现场参观
 新闻发布会
 分析师会议
 路演活动
 其他（券商策略会）

二、投资者关系活动情况

活动时间：2025年2月13日至2025年2月14日

活动地点：上海浦东香格里拉大酒店、上海凯宾斯基大酒店

参会单位及人员：开源证券、国泰君安证券、睿华资本、凯石基金、朋德蓝鹰资本、和君资本、厦门国贸投资、鸿富基金、汇瑾资本、东北证券、首创证券、上汽金控、岙夏投资、中泰证券、长承私募、华鑫证券、汇美盈创、云脊私募、晖锐投资、平安证券、国元证券、秉辉私募、赛颐财鑫资本、平安人寿、第一创业证券、申万宏源证券（排名不分先后）

上市公司接待人员：公司董事会秘书陈汝刚先生

三、投资者关系活动主要内容

问题 1：公司对自身的市场定位是什么？运营模式的核心是什么？维持较高

毛利率的原因是什么？

回答：公司是全球汽车后市场非易损零部件综合供应商，为全球汽车后市场提供“新奇特”类汽车零部件。公司使命是：追求全体员工物质和精神两方面的幸福，打造高性价比的产品，助力客户成长，为全球车主省钱。

公司致力于汽车后市场非易损零部件的开发、设计与销售，同时为客户提供整套完善的供应链管理服务，公司采取柔性化的市场需求导向型模式，将重点放在市场调研、技术研发、工程设计、模具开发、产品验证上，除部分产品外，生产环节基本委托外部厂商进行，公司主要负责对其关键技术进行把控及指导，并对成品进行质量管理。公司凭借在物流、商流、信息流等方面的整合能力，为客户提供综合解决方案。除财务报表内列支的研发费用类支出外，公司每年还投入数千万元用于模具的开发，以保证公司销售产品的自有产权，目前公司基本不进行非自有产权产品的采购销售业务。

公司毛利率高的主要原因有：1、不断进行产品研发、模具开发以保证产品自有产权，进而持续推动产品进行迭代升级，汽车电子类、电气类产品类型不断增加，销售占比持续上升；2、充分的市场调研、优秀的产品经理团队保证产品的开发方向符合市场需求；3、综合利用全球产能，特别是国内完整的产业链为公司打造“新奇特”产品提供了充分的产能支持。

问题 2：请介绍下公司前装业务和非公司传统业务进展情况。

回答：目前公司已取得两项业务定点，但供应量不大，短期内对公司业绩不会产生较大影响。一是给某知名新能源主机厂一级供应商提供主动进气格栅电路板（含软件和算法）；二是给国内某知名智能驾驶零部件集成供应商提供用于车辆改装、加装的 AEB 电机（自动紧急刹车系统执行器，含软件和算法）。

此外，公司在非汽车产品领域，比如泳池盐氯发生器等产品也取得了较好的市场反馈。

公司在保证汽车后市场主营业务充分发展的同时会继续在前装领域及其他相关领域持续投入资源，积极打造第二增长曲线。

问题 3：公司新设立全资子公司的目的是什么？

回答：随着公司研发团队的不断扩大、研发投入的不断增长，公司需要进一步梳理研发团队管理方式并完善产品研发流程。

此外，公司需要进一步落实核心产品自产化战略，缩短自产化进程，为此拟新设全资子公司。

问题 4：美国新关税政策落地，对公司有何影响，公司如何应对？

回答：自中美贸易摩擦以来，公司出口美国产品均执行 25%关税，公司采用 FOB 外贸模式，前期关税基本由客户承担。近些年，公司一直以“乐观构思、悲观计划、乐观执行”的思想积极应对可能进一步升级的贸易摩擦，公司业务获得稳步增长，面对美国加征 10%关税，公司已制定相应预案：

1、推动产品迭代升级，增强公司议价能力。公司在汽车后市场提前布局汽车电子类产品、“软硬件相结合”产品的研究开发工作，并推动公司各类产品不断进行迭代升级，紧跟汽车后市场需求变化，不断推出具有“新奇特”特点的产品，降低产品的可转移性。近几年公司在工程机械、ATV/UTV、摩托车、摩托艇甚至泳池类产品等领域均取得了不同程度的突破，致力于打造机械类产品“生态链”。目前公司每年向市场推出新 SKU 约 2,000-3,000 项，在一定程度上具有较高的定价权。

2、开拓全新销售渠道，分散关税风险。公司不断开拓新销售渠道，“线上线下相结合、境内境外相结合”四位一体销售模式初步成型，特别是跨境电商客户板块、欧洲客户板块等均取得了较快的增长，此外，公司在国内途虎养车等连锁类客户端也取得了一定的进展，国内前装业务取得突破。

3、优化供应链管理，打造利益共同体。公司不断优化供应链，对上游供应商（代工厂）进行持续赋能，帮助供应商解决生产难题，提高生产效率，提升产品质量，形成利益共同体，共享成本降低带来的收益。

4、充分利用全球产能，深化国际合作。确立并执行“立足中国，服务全球；全球采购、全球销售”的发展战略，比如新建泰国工厂，从事铸造类零件部件的研发、生产、销售工作；开拓海外供应商（代工厂），已考察海外工厂二百余家，充分利用国内外产能。

问题 5：汽车后市场增长驱动因素中，电商渗透率目前的进程如何？

回答：关于汽配类产品电商渗透率目前没有标准官方答案，不同统计机构结论不同，有的认为是 10%，有的认为是 20%至 30%。从公司自身销售情况来看，原本认为体积较大的、较重的汽配产品不适合线上销售，而实际上却是部分贵的、

大的产品线上销售情况更好，当然这也得益于这些年全球在仓储、物流等多方面基础配套设施的日益成熟。目前，国家大力支持跨境电商，行业增长未放缓，只是有进一步向头部集中的趋势。

问题 6：从在手订单情况看，如何看待 2025 年一季度及更长时间的订单可见性？公司订单一般是长单还是短单，订单周期是一个季度、半年还是更长？

回答：目前公司在手订单充足，公司对 2025 年一季度持乐观态度且有信心做得更好。这得益于客户的支持与信赖，以及公司自身实力的不断成长，能更好的为客户解决难题。

大部分客户下达的订单一般以一个季度需求为主，很少下长期订单（比如一次下达全年采购计划），因为后市场汽配各型号的需求会不断发生增减变化，客户需要维持自身库存处于较好水平，尽量避免库存积压，以应对市场的快速变化。客户一般会根据产品类别进行循环下单，多数优质客户订单按星期执行，即每周都会有新订单下达；也有部分客户习惯以季度为周期进行统一下单，一般下单周期最长不超两个季度。公司产品交货周期一般在 90 天左右，部分新产品的交货周期可能需要半年甚至一年。

问题 7：2024 年哪些新品贡献较大？2025 年有没有新品储备？从 2025 年产品结构构成预判，公司毛利率的趋势和方向大致如何？

回答：2024 年电子涡轮、泳池盐氯系统、空调控制系统、转向节、分动箱等产品销售较好，其中泳池盐氯系统已超越汽车配件范畴。公司新产品研发周期最快三个月，慢则需要超过一年甚至到两年，近几年，公司每年向市场新投放 SKU2,000-3,000 个。目前公司产品项目储备充足，已对 2025 年产品投放市场的节奏进行了规划。

公司会不断推出新产品，包括全新的 0-1 产品，以及 1-10 的系列化产品。汽车电子、汽车电气及其他含有“嵌入式软件”的产品是公司未来重点发展方向。

公司具有产品品类多、客户多、销售渠道多的经营特点，从产品预算等各方面看，毛利率不会有较大变化，原因如下：一是公司聚焦“新奇特”产品，产品可替代率较低，客户转移难度较大；二是公司通过推动成本和供应链优化，让客户受益的同时保障供应商获得稳定发展机会，从而在维持毛利率不变的情况下保持市场份额；三是独特的运营模式以及长期的技术积累，导致新进入者壁垒高，

公司具有一定的竞争优势。

问题 8：国内后市场没有爆发的原因是什么，公司国内这块业务目前发展情况如何，对未来有什么看法？

回答：汽车后市场的发展主要受汽车保有量和车龄（综合考虑行驶里程）的双重影响，目前中国的平均车龄大概在 6 年左右；欧美等成熟汽车后市场的经验表明，平均车龄达到 8 年甚至 10 年后，汽车后市场会进入爆发期。中国新旧车辆快速更替、二手车交易市场成熟度低、车辆平均行驶里程短、中国新能源汽车超预期发展等因素在一定程度上影响了后市场爆发节奏。

从相关统计数据看，2018-2023 年全国 4S 店净减少 8,000 家左右，同期，以途虎养车等为主的连锁门店净增 7,000 余家，独立后市场连锁模式发展迅速。此外，独立后市场份额已从 2018 年的 35%左右升至 2023 年底的 49%左右，基本已与品牌渠道市场（4S 店）平分秋色。公司对中国汽车后市场抱有巨大信心和期待，途虎养车的成功上市证明了中国独立汽车后市场存在的价值，其模式是可持续的，目前途虎养车是公司国内最大单一客户（跨境电商除外），且业务增长情况良好。随着中国车龄进一步增长，汽车后市场对长尾产品需求会逐渐增加，非易损零部件在汽配销售额中的占比将会同步增加，更能凸显后市场连锁企业的专业能力和供应链能力，优势会进一步体现。

公司在国内采取跟随战略，只与主流、头部、正规企业合作，以尽量避免应收账款坏账和无端退货等问题。公司认为国内市场进化还需时间，但曙光很快会到来。

问题 9：新能源车相对于传统燃油车，零部件数量显著减少，从长远来看，这会对公司的商业模式会产生影响吗？

回答：新能源汽车包括纯电动汽车、增程式电动汽车、混合动力汽车、燃料电池电动汽车、氢发动机汽车等。我们以零部件总量变动较多的纯电动汽车为例进行分析，其在非易损零部件方面相对于燃油车只是少了发动机、变速箱两套系统，其他转向系统、制动系统、电气系统、部分传动系统、汽车电子等相关零部件相对于燃油车并无减少。

纯电动汽车的发展对从事发动机零部件和变速箱零部件前装业务的企业带来的挑战可能较大，对其他非易损零部件企业影响不是太明显，特别是在汽车电

子方向，传统燃油车和纯电动汽车并没有本质差别。纯电动汽车对汽车电子类零部件的需求量更大，公司在七年前搭建汽车电子团队时对此已经有了相应的布局。此外，汽车后市场的发展主要依靠的是汽车保有量和车龄（综合考虑行驶里程），而汽车从进入市场到淘汰是个缓慢过程，不确定性较小。根据公安部最新统计数据，2024年全国机动车保有量达到4.53亿辆，其中汽车保有量为3.53亿辆（含新能源汽车0.31亿台），传统燃油车保有量占据绝对主导。

新能源汽车零部件存在集成化、模块化趋势，其复杂性有所提升，同时国家大力发展循环经济，推动汽车零部件的循环利用，在一定程度上有利于公司汽车零部件再制造板块的发展，包括驱动电机、方向机等重要汽车零部件。公司全资子公司卡库科技公司专门从事汽车零部件再制造业务，已进行了相应布局。

新能源汽车的快速发展在一定程度上推动了公司产品的迭代升级，特别是有利于公司汽车电子板块、汽车零部件再制造板块的发展。公司在汽配领域相对独特的商业运营模式让公司在产品开发转型方面基本不存在障碍，可以更快的响应市场未来的需求。

特此公告。

青岛建邦汽车科技股份有限公司

董事会

2025年2月17日