

证券代码：603129

证券简称：春风动力

公告编号：2025-061

浙江春风动力股份有限公司

关于接待投资者调研活动的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、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法律责任。

浙江春风动力股份有限公司（以下简称“公司”）于 2025 年 8 月 26 日在公司会议室接待了机构调研，现将情况公告如下：

一、调研情况

调研时间：2025 年 8 月 26 日 15:00—17:00

调研形式：公司现场接待

调研单位及人员：国联民生证券、富国基金、融通基金、鹏华基金、嘉实基金等共 50 名投资者

公司接待人员：公司董事长兼总裁赖民杰、财务负责人兼副总裁司维、董事会秘书周雄秀

二、交流的主要问题及公司回复概要

1、美国贸易政策及关税政策对四轮车业务的影响，以及公司的应对？

答：公司密切关注其贸易及关税政策变化，已采取多项应对措施：积极加大海外基地本土化开发与生产力度，优化产能布局；强化泰国、墨西哥海外基地的成本控制，提升运营效率；大力优化业务结构，积极拓展非美市场业务，加速两轮及极核业务发展，降低对美国区域的依赖程度。

虽然美国后续贸易及关税政策存在不确定性，但公司认为影响是短期阶段性的。公司前瞻性地进行了全球化布局，具备成熟的成本管控能力和多元市场拓展策略，构建了较强的风险抵御体系，有能力应对关税政策变化。未来，公司将持续跟踪政策动态，灵活调整应对举措，全力保障四轮车业务长期稳健发展，为整体业绩筑牢支撑。

2、摩托车出口上半年表现回顾，下半年如何展望？

答：今年上半年，受欧洲五国代理切换、土耳其市场因经济波动及报关政策

调整致行业下滑影响，公司出口短期承压。目前欧洲新代理商已完成市场布局，随着渠道协同效应逐步释放，有望重拾增长动能；同时公司依托全球化布局，正加速拓展其他国际市场如中南美、东南亚等新兴市场渠道建设与产品投放提速，积极培育新增长极。

此外，针对全球出行刚需下沉市场，公司将加大 CF lite 品牌及踏板车等实用车型推广，深挖拉美市场出行需求、拓宽用户边界，预计下半年两轮车出口可实现稳健增长。

3、目前极核的盈利水平如何，以及后续的展望？

答：极核是公司新能源领域重要战略布局，现阶段核心目标是持续推出契合市场需求的产品，同时夯实市场根基并扩大品牌影响力。

目前极核处于快速拓展期，前期研发、渠道建设、产能筹备等投入较大，且受销量规模限制，单位产品固定费用摊销高，致使毛利率暂处低位。不过，随着销量增长与生产运营效率优化，综合毛利率已呈逐步回升态势。整体盈亏平衡节点需结合市场竞争格局、后续投入节奏等动态因素判断，我们有信心依托规模效应带来的成本优化，极核将进入良好盈利增长区间。

4、新国标对于极核的影响如何展望，新国标车型的研发进展和亮相时间？

答：新国标实施对极核是市场拓展契机，对行业则是洗牌，部分不达标小品牌渐被淘汰，为技术研发实力强、产品合规性高的品牌腾出更大市场空间。

极核依托产品研发与品质管控优势加速市场渗透，通过推出符合新国标且兼具高性能、智能化的产品，吸引更多追求品质出行的消费者。目前已有多款在研车型，后续将依市场需求逐步推出，进一步完善产品矩阵。

5、四轮车目前北美和欧洲渠道库存水平如何，公司如何对终端库存进行紧密跟踪以及动态调整？

答：公司高度关注全渠道库存健康，当前美国库存处于健康区间且偏中等偏下水平，非美地区库存亦回归正常健康状态。

公司实时监控库存，通过经销商上传零售、三包数据判断跟踪库存，并高频对接经销商获取库存信息，以此为后续订单、排产及出货安排提供依据，保障库存管理健康。

6、两轮车 26 年的新车规划？

答：春风动力以创新研发为核心驱动力，深耕摩托车领域，通过多元化产品矩阵满足不同消费群体个性化需求。后续公司将视情况适时推出系列新品，重点聚焦三方向：一是在玩乐领域提升发达国家市占率；二是加速向发展中国家导入；三是持续丰富出行市场供给。

7、燃油两轮车如何看待东南亚市场？目前公司在东南亚业务并不多，后续在这块千万级别的市场是如何规划和展望的？

答：东南亚市场两轮车具有极大空间，也在我们的考虑布局范围内，会摸清情况后慢慢覆盖加大筹码。目前公司已逐步启动东南亚市场前期摸底调研，深入了解当地消费者的需求和偏好，以期在这个千万级别的市场中找到属于我们的发展机遇。我们相信，通过不断的产品创新和市场拓展，春风动力未来有望在东南亚市场逐步建立起自己的竞争优势，并实现业务的稳步增长。

8、四轮车欧洲市场目前市占率如何，公司认为是否还有提升空间？今年欧洲市场高端 ATV 和 UTV 卖的不错，欧洲均价是否有提升？

答：欧洲市场中，公司产品常年市占率第一，份额稳定在 40%左右，预计未来仍有提升空间，后续将通过“CFMOTO”、“GOES”双品牌协同发展，完善产品与渠道布局；产品结构上，除持续发力高端 ATV，还加强 UTV 产品线提升。在品牌协同与产品结构升级双重驱动下，欧洲市场份额及产品均价有望呈上升趋势。

9、目前极核国内和国外分别的门店数量如何？后续关于渠道数量的规划如何？

答：渠道在电动车销售中作用关键且竞争激烈。极核当前渠道建设以国内为主，目前国内渠道约 1500 余家，仍处在持续开拓过程。公司筹备的可转债项目中，营销网络建设项目将重点服务极核渠道，助力其渠道覆盖密度与服务能力稳步提升，为销量增长提供有力支撑。

10、四轮车新产品的推出节奏、量产时间以及 ATV 产品换代阶段是怎样的？

答：全地形车板块，公司将深耕不同应用场景与用户需求，通过结构优化向高端赛道发力，具体从提升整车性能、驾乘舒适性与稳定性，及升级智能配置优化驾乘体验等方面入手。相关产品预计明年初逐步亮相上市，产品力有望进一步提升。

11、极核品牌未来的产品定位，是否会考虑通过降价打开下沉市场？

答：极核品牌定价将结合产品定位与市场需求，核心靠技术创新、产品差异化构建竞争力，而非单纯价格下沉，经过两年发展，极核已明确电动出行发展方向，市场逐步打开。后续极核将持续丰富产品线，覆盖高端电摩至电自全系列：既巩固中高端优势，推出更具科技感与性能的旗舰车型；也将结合新国标、针对大众需求开发合规车型，形成覆盖不同消费层级的产品矩阵，提升电动两轮车市场渗透率。电动出行赛道兼具潜力与规模效益，现阶段重点是快速上规模、提体量，后续车型规划敬请期待。

12、公司对后续研发费用的展望以及新品方向和规划是怎样的？

答：近五年公司研发投入大，同步推进四轮高性能产品、两轮高端玩乐类产品、新能源与智能化技术提升三大新平台开发，推高研发费用。未来研发将聚焦品效与产品精准性，把有限资源尽可能集中到能抢市场、实现盈利的产品上。

13、公司计划如何切入代步出行业市场，尤其是在东南亚等新兴市场面临本地龙头强势和中国品牌口碑问题的情况下？

答：代步出行产品与玩乐型产品本质不同，对技术、供应链及销售渠道要求各异，公司将其视为新板块，需针对拉美、东南亚等海外市场重新调研需求、搭建制造与销售模式。虽海外拓展挑战大，但依托公司动力产品积累的底蕴及全球化布局经验，通过时间投入与模式打磨有望实现突破。

敬请广大投资者理性投资。

特此公告。

浙江春风动力股份有限公司

董事会

2025年8月28日