

证券代码：603529

债券代码：113666

证券简称：爱玛科技

证券简称：爱玛转债

爱玛科技集团股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2025-002

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" 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"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他
会议情况	
11月4日-12月24日	<ol style="list-style-type: none">会议主题：2025年前三季度情况及行业政策交流会议方式：分析师会议、现场会议、电话会议场次：参加国金证券、招商证券、兴业证券、国信证券、中信证券、财通证券、华西证券、花旗银行、国盛证券、华创证券、华泰证券、国泰海通证券等线下分析师会议 55 场，线下核心股东一对一交流 62 场，共计 117 场次参与单位名称 南方基金、富国基金、兴全基金、银河基金、华安基金、中欧基金、东方证券、平安资管、长江养老保险、兴业基金、德邦基金、诺德基金、易正朗投资、东海基金、兴证资管、国华兴义资管、兴银基金、华泰柏瑞基金、中粮信托、华泰资产、人保资产、建信基金、华夏基金、中金资管、鑫顺资本、天弘基金、兴合基金、佳岳基金、红杉中国、天九投资、嘉实基金、国投瑞银、运舟资本、民沣基金、粤开证券、华强集团、红土创新基金、莲花私募、Private Bank、瞻程投资、岳瀚资产、合丰资本、富荣基金、宝盈基金、银泰证券、辰禾投资、创富兆业基金、华福证券、美银证券、中泰证券、财信证券、高腾国际、生命保险资产、奶酪基金、Nature Capital、海港人寿、高毅资产、国寿安保基金、凯丰投资、梦工厂投资、崇山投资、睿谷投资、盈怀基金、华龙证券、三和创赢投资、杉树资产、淳厚基金、远望角投资、财通资管、景顺长城基金、昊竹投资、华金证券、望正投资、银华基金、华安合鑫、景林资产、创金合信基金、Ariose Capital、汇安基金等，共计 150 余家机构。
公司接待人员	董事会秘书：李新

	投资者关系总监：马群博
	注：参会名单无先后顺序，由于机构较多，未全部展现。
互动问答	
问题一、面对行业智能化趋势，公司如何满足消费者的需求？	
<p>答：当前阶段，消费者需求呈现出愈发显著的个性化特征，绿色出行理念普及，智能技术深度融入产品与服务。公司聚焦核心技术突破，重点在三电（电池、电机、电控）等核心部件、智能化功能及新工艺应用上的研发创新；同时，完善全流程质控体系，确保公司能够持续向市场输出精准契合目标用户群体需求的性能先进且品质稳定的产品。</p>	
问题二、公司在高端市场有哪些布局？	
<p>答：公司以用户需求为核心，通过持续优化产品结构、迭代新品，驱动产品平均销售价格（ASP）稳步增长。在此过程中，公司亦积极将高端市场布局作为战略补充。2025年，公司推出独立运营的高端子品牌“零际”，在品牌定位、产品设计和渠道体系上与“爱玛”形成明确区分，以实现差异化发展。随着新国标的落地实施，行业在智能化等硬件方面已奠定良好基础。公司将于明年进一步强化对大众精品市场的产品投入与升级。</p>	
问题三、公司的海外布局情况如何？	
<p>答：在国际市场拓展方面，爱玛秉持本土化策略，进一步拓展国际市场，持续深化印尼、越南等已布局市场的本地化运营，着力优化供应链与生产布局，提升品牌知名度与市场份额。与此同时，积极开拓新市场，通过OEM合作与自主品牌双轮驱动，强化公司产品在全球市场的渗透效应；进一步优化国际化管理体系，提升运营效率与盈利能力，全力构建面向全球市场的核心竞争力。</p>	
问题四：公司电动三轮车业务的发展情况？	
<p>答：近年来，电动三轮车业务呈现出良好的增长态势，其增长主要源于迭代需求的释放，以及对消费者进行精细化触达、实现不同消费者精准匹配等积极因素。公司电动三轮车产品体系涵盖休闲电动三轮车、篷车电动三轮车、货运电动三轮车等多种类型。在2024年全年，公司电动三轮车业务实现营业收入19.52亿元，同比增长36.07%。</p>	

问题五、公司资本开支的主要用途是什么？

答：近年来，公司的资本开支主要用于产能优化与制造升级。随着市场需求增长及生产技术的持续发展，公司对原有产能布局进行了系统性整合与提升，旨在通过基地建设与改造，进一步提高生产效率与智能化水平。相关投入不仅扩大了总体产能规模，也实现了部分老旧产能的替代与合并，推动了生产基地的集约化与现代化发展。从整体层面而言，相应的资本开支有助于公司巩固供应链基础、提升长期竞争力，为未来持续发展提供产能保障。

问题六、行业格局与竞争态势正在发生哪些主要变化？

答：从长远来看，新国标的实施推动了行业向需求升级与多元化方向发展，促进了智能化技术在行业内的深度应用，市场结构也由主要依赖本土转变为本土与海外市场并重，整体行业正逐步从“造车卖车”向基于用户的服务供给模式转型。在此过程中，行业集中度进一步提高，差异化、智能化、高端化、国际化成为明确趋势，市场份额进一步向合规的头部品牌聚集，使其持续受益。

问题七、在新国标全面实施背景下，外卖等商用电动两轮车的需求如何满足？

答：在新国标全面施行的背景下，鉴于外卖、即时配送等商用场景对电动两轮车存在特定需求，行业与政策领域正积极推进建立解决方案的探索与实践。当前，北京、广州等重点城市已启动试点研究工作，涵盖设立专属的商用电动摩托车牌照以及推出符合新国标要求的商用专属车型，旨在达成商用车辆与个人出行车辆的区别化管理。

公司密切关注相关政策动向与市场趋势，基于自身研发与制造能力，布局并推进符合新国标及商用运营需求的车型开发。未来，公司将会持续强化与政策及市场的协同，通过优化产品与完善配套服务，助力商用电动车领域实现合规、高效与可持续发展的目标，进而增强公司在多元化出行市场的综合竞争力。

记录人	乔雅昕
-----	-----